



**PENERAPAN METODE SWOT DAN PERANCANGAN  
BUSINESS MODEL CANVAS SEBAGAI STRATEGI BISNIS  
PADA TOKO RUMAH BUSANA MUSLIM SALSANAFA**

**TUGAS AKHIR**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Komputer pada  
Program Studi Sistem Informasi

Oleh:

**SYARIFAH RENI SYAFITRI**

**11653203561**



**FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
PEKANBARU**

**2021**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PENERAPAN METODE SWOT DAN PERANCANGAN  
*BUSINESS MODEL CANVAS* SEBAGAI STRATEGI BISNIS  
PADA TOKO RUMAH BUSANA MUSLIM SALSANAF**

**TUGAS AKHIR**

Oleh:

**SYARIFAH RENI SYAFITRI**

**11653203561**

Telah diperiksa dan disetujui sebagai laporan tugas akhir  
di Pekanbaru, pada tanggal 06 Desember 2021

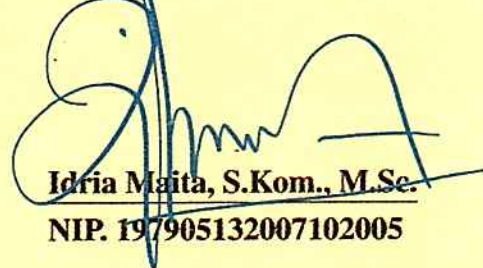
**Ketua Program Studi**



**Eki Saputra, S.Kom., M.Kom.**

**NIP. 198307162011011008**

**Pembimbing**



**Idria Maita, S.Kom., M.Sc.**

**NIP. 197905132007102005**

## LEMBAR PENGESAHAN

### PENERAPAN METODE SWOT DAN PERANCANGAN BUSINESS MODEL CANVAS SEBAGAI STRATEGI BISNIS PADA TOKO RUMAH BUSANA MUSLIM SALSANAFA

#### TUGAS AKHIR

Oleh:

**SYARIFAH RENI SYAFITRI**

**11653203561**

Telah dipertahankan di depan sidang dewan penguji  
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
di Pekanbaru, pada tanggal 12 November 2021

Pekanbaru, 12 November 2021

Mengesahkan,



Ketua Program Studi

**Eki Saputra, S.Kom., M.Kom.**

**NIP. 198307162011011008**

#### DEWAN PENGUJI:

Ketua : Nesdi Evrilyan Rozanda, S.Kom., M.Sc.

Sekretaris : Idria Maita, S.Kom., M.Sc.

Anggota 1 : Syaifullah, SE., M.Sc.

Anggota 2 : Medyantiwi Rahmawita Munzir, ST., M.Kom.



Lampiran Surat :

Nomor : Nomor 25/2021

Tanggal : 10 September 2021

### SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Syarifah Reni Syafitri

NIM : 11653203561

Tempat/Tanggal Lahir : Rimba Melintang, 08-Oktober-1998

Fakultas/Pascasarjana : Sains dan Teknologi

Prodi : Sistem Informasi

Judul ~~Disertasi~~ /Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\*:

Penerapan Metode SWOT dan Perancangan Business Model Canvas Sebagai Strategi Bisnis  
Pada Toko Rumah Busana Muslim Salsanafa.

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Penulisan Skripsi dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Skripsi saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 31 Desember 2021

Yang membuat pernyataan



Syarifah Reni Syafitri

NIM :11653203561





## LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL

Tugas Akhir yang tidak diterbitkan ini terdaftar dan tersedia di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau adalah terbuka untuk umum, dengan ketentuan bahwa hak cipta ada pada penulis. Referensi kepustakaan diperkenankan dicatat, tetapi pengutipan atau ringkasan hanya dapat dilakukan atas izin penulis dan harus dilakukan mengikuti kaedah dan kebiasaan ilmiah serta menyebutkan sumbernya.

Penggandaan atau penerbitan sebagian atau seluruh Tugas Akhir ini harus memperoleh izin tertulis dari Dekan Fakultas Sains dan Teknologi. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Perpustakaan dapat meminjamkan Tugas Akhir ini untuk anggotanya dengan mengisi nama, tanda peminjaman dan tanggal pinjam pada *form* peminjaman.

© Hak Cipta dimiliki UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan di dalam daftar pustaka.

Pekanbaru, 12 November 2021

Yang membuat pernyataan,

**SYARIFAH RENI SYAFITRI**

**NIM. 11653203561**

© Hak Cipta dimiliki UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## LEMBAR PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Firman Allah SWT dalam QS. Al Araf (7):55 yang artinya *"Berdoalah kepada Tuhanmu dengan rendah hati dan suara yang lembut. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas"*

Alhamdulillah, Segala puji bagi Allah SWT yang mana telah melimpahkan rahmat dan karunianya yang tiada habisnya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam selalu terlimpahkan atas kehadiran Nabi Muhammad SAW dengan mengucapkan *"Allohumma Sholli'ala Sayyidina Muhammad Wa'ala Ali Sayyidina Muhammad"*. Persembahkan tugas akhir ini dan ucapan rasa terima kasih saya kepada orang yang sangat saya sayangi dan saya cintai yaitu:

### Orang Tua Tercinta

Sebagai rasa hormat dan terima kasih yang tak terhingga saya persembahkan karya kecil ini kepada Abah (Tengku Said Azwar) dan Emak (Asnani) yang telah memberi semangat kepada saya, yang telah banyak berkorban untuk saya sehingga saya bisa kuliah sampai selesai dibangku perkuliahan ini. Terima kasih selalu menjaga saya dalam doa, terima kasih telah banyak mengajarkan banyak hal terutama dalam menjadi orang yang sabar dan kuat. Saya berjanji tidak akan membiarkan perjuangan ini menjadi sia-sia.

### Abang dan Adik-adikku Tercinta

Sebagai tanda terima kasih, saya persembahkan karya kecil ini kepada abangku (Tengku Said Arassiyah Putra) dan adik-adikku (Tengku Said Muhammad Darul Nafis, Syarifah Kurnia Sari, dan Syarifah Ayu Assifa) yang mana selalu mendoakan saya dan memberi motivasi serta inspirasi dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

UIN SUSKA RIAU





## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatu.

Alhamdulillah Rabbil'Alamin penulis ucapkan sebagai rasa syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat, karunia dan rahmat-Nya yang tak terhingga, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir dengan judul "Penerapan Metode SWOT Dan Perancangan *Business Model Canvas* Sebagai Strategi Bisnis Pada Toko Rumah Busana Muslim Salsanafa". Sholawat beiringkan salam terucap buat junjungan alam Nabi besar Muhammad SAW dengan mengucapkan Allohmma Sholli'ala Sayyidina Muhammad Wa'ala Ali Sayyidina Muhammad. Laporan Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer pada program studi Sistem Informasi.

Dalam penyelesaian Laporan Tugas Akhir ini, banyak pihak yang telah membantu penulis baik berupa materi, moril dan motivasi. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih dan do'a kepada:

Bapak Prof. Dr. Khairunnas, M.Ag sebagai Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

2. Bapak Dr. Hartono, M.Pd sebagai Dekan Fakultas Sains dan Teknologi.
3. Bapak Eki Saputra, S.Kom., M.Kom sebagai Ketua Program Studi Sistem Informasi.
4. Ibu Siti Monalisa, ST, M.Kom sebagai Sekretaris Program Studi Sistem Informasi.
5. Ibu Idria Maita, S.Kom., M.Sc sebagai dosen Pembimbing Tugas Akhir sekaligus Pembimbing Akademis yang telah memberikan masukan dan arahan penyelesaian Tugas Akhir ini.
6. Bapak Nesdi Evrilyan Rozanda, S.Kom., M.Sc sebagai Ketua Sidang Tugas Akhir.

Bapak Syaifullah, SE., M.Sc sebagai dosen Penguji I Tugas Akhir yang telah memberikan masukan dan arahan penyelesaian Tugas Akhir ini.

Ibu Medyantiwi Rahmawita Munzir, ST., M.Kom sebagai dosen Penguji II Tugas Akhir yang telah memberikan masukan dan arahan penyelesaian Tugas Akhir ini.

Bapak Tengku Khairil Ahsyar, S.Kom., M.Kom sebagai Kepala Laboratorium yang memberikan masukan dan arahan penyelesaian Tugas Akhir ini.

9. Segenap Dosen dan Karyawan Program Studi Sistem Informasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
10. Bapak Mohammad Abdi Almaktsur, MA dan Ibu Mardiana, MA sebagai

11. Bapak Mohammad Abdi Almaktsur, MA dan Ibu Mardiana, MA sebagai

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

12 © Hak cipta milik UIN Suska Riau

Owner Rumah Busana Muslim Salsanafa.

12 Kepada Abah Tengku Said Azwar dan Emak Asnani, terima kasih yang tiada hentinya sebagai motivator utama dalam penyelesaian Tugas Akhir yang senantiasa memberikan semangat, dukungan berupa moril maupun materil dan do'a yang tiada hentinya.

13 Kepada keluarga tercinta abang Tengku Said Arassiyah Putra dan adik-adikku Tengku Said Muhammad Darul Nafis, Syarifah Kurnia Sari, dan Syarifah Ayu Assifa yang memberikan do'a, semangat serta dukungan kepada penulis hingga selesainya Tugas Akhir ini.

14 Kepada *Support System* yaitu Ridho Amri yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan selalu memberikan motivasi kepada saya hingga selesainya Tugas Akhir ini.

15 Kepada sahabat-sahabat seperjuanganku, Ulfa Fadilla, Nopi Afriani, Irman, Ropi Andi Meza, Ryan Gusti Maulana, dan Aldio Defriandy yang selalu memberikan motivasi dan dukungan hingga selesainya Tugas Akhir ini.

16 Kepada teman-teman Sistem Informasi angkatan 16 khususnya SIF E yang memberikan masukan dan membantu penulis menyelesaikan Tugas Akhir ini.

17. Kepada anggota kos yang paling heboh yaitu kos blok N 14 yang memberikan masukan dan membantu penulis menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Laporan Tugas Akhir ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk kesempurnaan laporan ini.

Pekanbaru, 06 Desember 2021

Penulis,

**SYARIFAH RENI SYAFITRI**

**NIM. 11653203561**

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

UIN SUSKA RIAU



# PENERAPAN METODE SWOT DAN PERANCANGAN BUSINESS MODEL CANVAS SEBAGAI STRATEGI BISNIS PADA TOKO RUMAH BUSANA MUSLIM SALSANAF

**SYARIFAH RENI SYAFITRI**  
**NIM: 11653203561**

Tanggal Sidang: 12 November 2021  
Periode Wisuda:

Program Studi Sistem Informasi  
Fakultas Sains dan Teknologi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
Jl. Soebrantas, No. 155, Pekanbaru

## ABSTRAK

Rumah Busana Muslim Salsanafa (RBMS) merupakan distributor pakaian muslim wanita, pria, dan anak-anak. Persaingan bisnis yang dihadapi tidak hanya bersifat lokal, dengan meningkatnya kemajuan teknologi informasi sehingga mempengaruhi daya saing yang kuat. Permasalahan yang dihadapi yaitu bagaimana cara memperluas pasar untuk menghadapi persaingan global dalam bidang penyedia busana muslim dan mendesain ulang model bisnis RBMS untuk memanfaatkan kemajuan teknologi informasi saat ini. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi terbaik dari kriteria prioritas dan mendesain ulang model bisnis kanvas yang baru pada RBMS. Analisa SWOT digunakan untuk menggambarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman suatu organisasi serta penggunaan metode TOPSIS yang digunakan untuk menentukan strategi terbaik dan menentukan kriteria yang dianggap prioritas sebagai gambaran usulan pemodelan *business model canvas* yang baru pada RBMS. Hasil dari penelitian ini didapatkan bahwa strategi terbaik yang diterapkan pada RBMS yaitu strategi *Strength-Opportunities* (S-O), yaitu meningkatkan pelayanan kepada para pelanggan, memanfaatkan musim tertentu untuk memenuhi permintaan pasar, meningkatkan kualitas produk, dan membuat promosi melalui periklanan. Kriteria prioritas dengan nilai preferensi 0,760 sebagai rangking 1, nilai preferensi 0,597 sebagai rangking 2, nilai preferensi 0,517 sebagai rangking 3, dan nilai preferensi 0,408 sebagai rangking 4. Dari hasil didapatkan kesimpulan yaitu suatu usulan *business model canvas* dengan 4 elemen usulan.

**Kata Kunci:** Analisa SWOT, Metode TOPSIS, Business Model Canvas

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





# APPLICATION OF SWOT METHOD AND BUSINESS MODEL DESIGN AS BUSINESS STRATEGY IN SALSANAFI MUSLIM CLOTHING HOUSE SHOP

**SYARIFAH RENI SYAFITRI**  
**NIM: 11653203561**

*Date of Final Exam: November 12<sup>th</sup> 2021*  
*Graduation Period:*

*Department of Information System*  
*Faculty of Science and Technology*  
*State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau*  
*Soebrantas Street, No. 155, Pekanbaru*

## ABSTRACT

Salsanafi Muslim Clothing House (RBMS) is a distributor of Muslim clothing for women, men, and children. The business competition faced is not only local, with increasing advances in information technology so that it affects strong competitiveness, the problems faced are how to expand the market to face global competition in the field of Muslim clothing providers and redesign the RBMS business model to take advantage of current information technology advances. This. The purpose of this research is to find out the best strategy from priority criteria and redesign the new canvas business model in RBMS. SWOT analysis is used to describe the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of an organization as well as the use of the TOPSIS method which is used to determine the best strategy and determine the criteria that are considered priorities as a description of the proposed modeling of the new business model canvas on the RBMS. The results of this study found that the best strategy applied to RBMS is the Strength-Opportunities (S-O) strategy, namely improving service to customers, utilizing certain seasons to meet market demand, improving product quality, and making promotions through advertising. Priority criteria with a preference value of 0,760 as rank 1, preference value 0,597 as rank 2, preference value 0,517 as rank 3 and preference value 0,408 as rank 4. From the results, it can be concluded that a business model canvas proposal with 4 proposed elements.

**Keywords:** Analisa SWOT, Method TOPSIS, Business Model Canvas

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## DAFTAR ISI

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR SINGKATAN</b>	<b>xvi</b>
<b>1 PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang . . . . .	1
1.2 Perumusan Masalah . . . . .	4
1.3 Batasan Masalah . . . . .	4
1.4 Tujuan . . . . .	4
1.5 Manfaat . . . . .	5
1.6 Sistematika Penulisan . . . . .	5
<b>2 LANDASAN TEORI</b>	<b>6</b>
2.1 Profil Singkat Rumah Busana Muslim Salsanafa (RBMS) . . . . .	6
2.1.1 Visi . . . . .	6
2.1.2 Misi . . . . .	6
2.1.3 Struktur Organisasi . . . . .	6
2.2 Value Chain . . . . .	8
2.3 Analisa SWOT . . . . .	9



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.3.1	Matrik EFAS dan Matrik IFAS	10
2.3.2	Matrik SWOT	12
2.3.3	Matrik <i>Grand Strategy</i>	13
2.4	<i>Technique For Order Preference by Similiarity to Ideal Solution</i> (TOPSIS)	13
2.5	<i>Business Model Canvas</i> (BMC)	15
2.6	Toko <i>Online</i>	18
2.7	Penelitian Terdahulu	18
<b>3</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN</b>	<b>20</b>
3.1	Tahapan Pengumpulan Data	21
3.1.1	Observasi	21
3.1.2	Wawancara	21
3.1.3	Pemodelan <i>Business Canvas</i> Rumah Busana Muslim Salsanafa Saat Ini	21
3.1.4	Identifikasi Masalah	22
3.2	Tahapan Analisa	22
3.2.1	Analisa Proses Bisnis	22
3.2.2	<i>Value Chain</i>	22
3.2.3	Analisa SWOT	23
3.2.3.1	Faktor Internal dan Eksternal	23
3.2.3.2	Pembobotan dan Rating Faktor Internal Eksternal	24
3.2.3.3	Matrik IFAS dan EFAS	25
3.2.3.4	Matrik SWOT	26
3.2.3.5	Matrik <i>Grand Strategy</i>	27
3.3	Penentuan Nilai Prioritas Menggunakan Metode TOPSIS	27
3.4	Hasil Analisa	28
<b>4</b>	<b>ANALISIS DAN HASIL</b>	<b>29</b>
4.1	Tahapan Pengumpulan Data	29
4.1.1	Observasi	29
4.1.2	Wawancara	32
4.1.3	<i>Business Model Canvas</i> Rumah Busana Muslim Salsanafa Saat Ini	34
4.1.4	Identifikasi Masalah	35
4.2	Tahapan Analisa	35
4.2.1	Analisa Proses Bisnis	35
4.2.2	<i>Value Chain</i>	36



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.2.3	Analisa SWOT . . . . .	39
4.2.3.1	Analisa Faktor Internal dan Eksternal . . . . .	39
4.2.3.2	Pembobotan Faktor Internal dan Eksternal . . . . .	40
4.2.3.3	Rating Faktor Internal dan Eksternal . . . . .	42
4.2.3.4	Analisa Matrik IFAS dan EFAS . . . . .	44
4.2.3.5	Matrik IFAS . . . . .	44
4.2.3.6	Matrik EFAS . . . . .	45
4.2.3.7	Analisa Menggunakan Matrik SWOT . . . . .	46
4.2.3.8	Matrik <i>Grand Strategy</i> . . . . .	49
4.3	Penentuan Nilai Prioritas Menggunakan Metode TOPSIS . . . . .	50
4.4	Hasil Analisa . . . . .	57

## **5 PENUTUP . . . . . 60**

5.1	Kesimpulan . . . . .	60
5.2	Saran . . . . .	62

**DAFTAR PUSTAKA**

<b>LAMPIRAN A</b>	<b>HASIL WAWANCARA</b>	<b>A - 1</b>
<b>LAMPIRAN B</b>	<b>PENENTUAN NILAI BOBOT</b>	<b>B - 1</b>
<b>LAMPIRAN C</b>	<b>PENENTUAN NILAI RATING</b>	<b>C - 1</b>
<b>LAMPIRAN D</b>	<b>PERHITUNGAN TOPSIS</b>	<b>D - 1</b>
<b>LAMPIRAN E</b>	<b>HASIL OBSERVASI</b>	<b>D - 1</b>



## DAFTAR GAMBAR

1.1	Struktur Organisasi RBMS . . . . .	7
2.2	<i>Value Chain</i> Dikutip Dari Hendri (2017) . . . . .	9
2.3	Diagram Matrik SWOT (Rangkuti, 2016) . . . . .	12
2.4	Matrik <i>Grand Strategy</i> . . . . .	13
2.5	Sembilan Elemen <i>Business Model Canvas</i> (Wonodjojo, 2017) . . . .	17
3.1	Metodologi Penelitian . . . . .	20
4.1	Ruang Kasir Produk Nibras . . . . .	29
4.2	Kasir RBMS . . . . .	30
4.3	Kartu Member Nibras . . . . .	30
4.4	Ruang Panjang Nibras . . . . .	31
4.5	Ruang Panjang RBMS . . . . .	31
4.6	Tempat Penyimpanan Stok Barang . . . . .	32
4.7	<i>Value Chain</i> RBMS . . . . .	39
4.8	Matrik SWOT . . . . .	47
4.9	Matrik <i>Grand Strategy</i> RBMS . . . . .	49
4.10	Hasil Perangkingan Alternatif . . . . .	56
4.11	<i>Business Model Canvas</i> RBMS Saat Ini . . . . .	59
5.1	<i>Business Model Canvas</i> Usulan RBMS . . . . .	61



## DAFTAR TABEL

1.1	Contoh Tabel EFAS . . . . .	11
2.2	Contoh Tabel IFAS . . . . .	11
3.3	Contoh Tabel Solusi . . . . .	12
3.1	Variabel Faktor Kekuatan . . . . .	23
3.2	Variabel Faktor Kelemahan . . . . .	23
3.3	Variabel Faktor Peluang . . . . .	24
3.4	Variabel Faktor Ancaman . . . . .	24
3.5	Acuan Penilaian Bobot . . . . .	24
3.6	Penilaian Bobot . . . . .	25
3.7	Skala Prioritas Kekuatan dan Peluang . . . . .	25
3.8	Skala Prioritas Kelemahan dan Ancaman . . . . .	25
3.9	Variabel Faktor Strategis Internal (IFAS) . . . . .	26
3.10	Variabel Faktor Strategis Eksternal (EFAS) . . . . .	26
4.1	Member RBMS . . . . .	30
4.2	Indikator Faktor Internal . . . . .	39
4.3	Indikator Faktor Eksternal . . . . .	40
4.4	Rekapitulasi Penilaian Bobot Kekuatan . . . . .	41
4.5	Rekapitulasi Penilaian Bobot Kelemahan . . . . .	41
4.6	Rekapitulasi Penilaian Bobot Peluang . . . . .	41
4.7	Rekapitulasi Penilaian Bobot Ancaman . . . . .	42
4.8	Penilaian Rating Faktor Internal Kekuatan ( <i>Strength</i> ) . . . . .	42
4.9	Penilaian Rating Faktor Internal Kelemahan ( <i>Weakness</i> ) . . . . .	43
4.10	Penilaian Rating Faktor Eksternal Peluang ( <i>Opportunity</i> ) . . . . .	43
4.11	Penilaian Rating Faktor Eksternal Ancaman ( <i>Threat</i> ) . . . . .	44
4.12	Matrik IFAS . . . . .	45
4.13	Matrik EFAS . . . . .	46
4.14	Alternatif Strategi RBMS . . . . .	50
4.15	Bobot Kriteria . . . . .	51
4.16	Penentuan Nilai AS Dari Setiap Kriteria Rating SWOT . . . . .	51
4.17	Matrik Keputusan Ternormalisasi . . . . .	53
4.18	Matrik Keputusan Ternormalisasi Terbobot . . . . .	54
4.19	Matrik Solusi Ideal Positif dan Negatif . . . . .	55
4.20	Jarak Solusi Ideal Positif dan Solusi Ideal Negatif . . . . .	55
4.21	Nilai Preferensi Jarak Pada Setiap Alternatif . . . . .	56

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## DAFTAR SINGKATAN

SWOT	: <i>Strength Weakness Opportunity Threat</i>
BMC	: <i>Business Model Canvas</i>
RBMS	: Rumah Busana Muslim Salsanafa
SDM	: Sumber Daya Manusia
EFE	: <i>Internal Factor Evaluation</i>
IFE	: <i>Eksternal Factor Evaluation</i>
FGD	: <i>Focus Group Discution</i>
SPACE	: <i>Strategic Position and Action Evaluation</i>
IE	: Internal-Eksternal
EFAS	: Faktor Strategi Eksternal
IFAS	: Faktor Strategi Internal
HPAI	: Herba Penawar Alwahida Indonesia
JNE	: Jalur Nugraha Ekakurir
JNT	: <i>Jet Express</i>
MS	: <i>Manager Store</i>
OW	: <i>Owner</i>
AJ	: Admin Jaringan
AO	: <i>Admin Online</i>

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

# BAB 1

## PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Bisnis adalah organisasi penyediaan barang dan jasa bertujuan mendapatkan keuntungan (Hartatik dan Baroto, 2017). Bisnis dapat dipengaruhi oleh faktor perubahan lingkungan yang dianggap sebagai akses utama perusahaan untuk mendapatkan keuntungan. Kesuksesan sebuah perusahaan dapat diukur dengan kemampuannya dalam mengidentifikasi kebutuhan pelanggan, untuk menghadapi persaingan yang terjadi saat ini di butuhkan suatu keunikan atau keunggulan yang bertujuan agar pengusaha mengetahui bagaimana memberi inovasi baru dan mengetahui keinginan yang di butuhkan konsumen sehingga dapat menciptakan *value* terhadap produknya yang akan di perjualbelikan. Dalam suatu perusahaan di butuhkan strategi yang bisa memberikan suatu gambaran perusahaan kedepannya dengan mengidentifikasi kekuatan dan peluang pada suatu perusahaan dan bisa mengurangi kelemahan dan ancaman yang ada pada perusahaan.

Analisa *Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *Threat* (SWOT) adalah usaha yang dilakukan berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, serta pada saat yang sama dapat meminimalisir kelemahan dan ancaman. Analisa ini bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan (Rangkuti, 2016). Analisa strategi bisnis pada umumnya menggunakan metode analisa SWOT atau yang dikenal dengan *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), dan *Threat* (ancaman). Teknik analisa ini dapat digunakan untuk menyusun langkah-langkah strategis pengembangan bisnis. Analisa SWOT dapat memberikan dasar yang baik untuk perumusan strategi. Akan tetapi analisa SWOT memiliki beberapa kelemahan dalam langkah pengukuran dan evaluasi dalam proses pengambilan keputusan strategis (Alstekin, 2013).

*Business Model Canvas* (BMC) adalah suatu alat yang dapat membantu pengusaha untuk melihat perkembangan model bisnis yang berjalan saat ini atau pengembangan ide model bisnis yang akan dijalankan. BMC memiliki suatu keunggulan dalam menganalisis model bisnis dengan menggambarkan secara sederhana dan menyeluruh terhadap kondisi suatu perusahaan saat ini berdasarkan segmen konsumen, *value* yang ditawarkan, hubungan dengan pelanggan, mitra kerja sama, serta struktur biaya yang dimiliki (Mathias, 2017). BMC digunakan untuk *mere-modeling* (memodelkan ulang) bisnis yang sudah ada atau bisnis yang masih baru akan dibuat.



Perkembangan bisnis di Indonesia saat ini semakin lama semakin meningkatkan persaingan, perubahan, dan ketidakpastian. Keadaan ini menimbulkan dampak persaingan yang tinggi antara satu perusahaan dengan perusahaan yang lain, baik karena pesaing yang semakin bertambah maupun bertambah pesatnya perkembangan teknologi. Hal ini memaksa perusahaan untuk lebih memperhatikan lingkungan yang dapat mempengaruhi perusahaan. Dalam menghadapi tingkat persaingan yang terjadi saat ini setiap perusahaan dituntut untuk mampu dan siap memiliki daya saing yang tinggi. Daya saing yang tinggi diperlukan bagi setiap perusahaan agar tetap unggul dan dapat mempertahankan bisnisnya. Salah satunya adalah Toko Busana Muslim.

Seiring dengan perkembangan zaman yang terjadi pada saat ini, busana muslim kini menjadi suatu tren yang terkenal dikalangan masyarakat saat ini. Tren dalam memakai busana muslim ternyata tidak hanya disenangi oleh generasi tua, tetapi lebih banyak juga digandrungi oleh generasi muda bahkan sampai anak-anak kecil. *Trend* ini memberikan dampak positif bagi kesadaran masyarakat khususnya wanita tentang pentingnya melaksanakan salah satu ajaran Islam mengenai kewajiban menutup aurat. Maraknya persaingan busana muslim atau muslimah di Indonesia tentu saja menjadi peluang besar bagi para pengusaha untuk dapat mengikuti perkembangan tren saat ini. Persaingan tren yang terjadi saat ini membuat banyak toko berlomba-lomba untuk menyediakan pakaian muslim atau muslimah dengan bermacam-macam model, merk, maupun kualitas produknya. Dengan berkembangnya busana muslimah di Indonesia, tentu saja menjadi peluang besar bagi para pengusaha untuk dapat mengambil andil dalam perkembangan tren busana ini. Hal ini membuat semakin banyaknya pedagang yang menawarkan beraneka jenis dan model busana muslimah.

Rumah Busana Muslim Salsanafa (RBMS) adalah toko yang sudah berdiri sejak 1 juni 2013 bertepatan dengan bukanya Gontor Putri. Sebelum berdirinya RBMS ini awalnya *owner* hanya menjual baju dari rumah dengan menawarkan kepada tetangga dan teman-temannya. Awal berdirinya RBMS ini hanya menggunakan satu ruko dan sekarang sudah berdiri dengan tiga ruko. RBMS ini beralamat di Pekanbaru Jl. Hr. Soebrantas, Panam, yang bertepatan di Depan kampus UIN Suska Riau, yang merupakan toko distributor penyedia busana muslim yang terus berupaya meningkatkan eksistensinya sebagai penyedia busana muslim dewasa dan anak-anak. RBMS menjual busana muslim dari berbagai merk ternama untuk semua kalangan dari pelajar hingga masyarakat umum khususnya masyarakat muslim. Indonesia dikenal dengan mayoritas penduduknya beragama islam, sehingga busana muslim sangat dibutuhkan dan membuat pengusaha yang memproduksi

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





busana muslim sangat berkembang, termasuk dikota-kota besar. Busana muslim adalah pakaian yang dipakai oleh umat Islam baik itu laki-laki (muslim) ataupun perempuan (muslimah) dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Busana muslim bertujuan menutup aurat penggunanya yang tidak boleh dilihat bagi yang bukan mahramnya (Informasi, n.d.).

Persaingan bisnis yang dihadapi oleh RBMS tidak hanya bersifat lokal, dengan meningkatnya kemajuan teknologi informasi maka dapat meningkatkan daya saing yang kuat, sehingga pebisnis yang tidak mampu membaca peluang akan ketinggalan dalam memperoleh pasar. Maraknya *market online* memaksa pelaku bisnis untuk mendesain ulang model bisnisnya agar sesuai dengan perkembangan dunia usaha dewasa ini. Peluang pasar yang masih besar dapat dimanfaatkan untuk memperluas jaringan bisnis hingga ke berbagai pulau di Indonesia. Peluang ini dapat dimanfaatkan oleh RBMS untuk meminimalisir persaingan secara kedaerahan. Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi RBMS dapat memperkenalkan produk-produknya secara *realtime*.

Selain menyediakan busana muslim, RBMS juga menjual perlengkapan ibadah haji dan umroh, serta produk kesehatan islami seperti HPAI. Namun tidak banyak diantara pelanggan mengetahuinya, karena kurangnya promosi dan sosialisasi. Sebagian besar pelanggan RBMS hanya mengetahui bahwa Salsanafa hanya sebuah toko busana yang menjual pakaian muslim bermerk *hight class*, dengan harga yang lumayan mahal. RBMS melakukan pemasaran menggunakan dua cara yaitu *offline* melalui spanduk dan bagi-bagi brosur, kemudian *online* dengan media teknologi informasi yaitu dengan promosi melalui Facebook, Instagram, Whatsapp, dan Shopee. Untuk pengiriman diluar daerah Pekanbaru RBMS menggunakan jasa ekspedisi JNT, JNE, dan untuk pengiriman barang dalam muatan besar menggunakan jasa indah kargo. Pada saat ini RBMS sudah memiliki stok barang sesuai dengan merknya yang diletakkan dengan rak-rak khusus. *Costumer* yang berbelanja di RBMS ini mengira bahwa RBMS hanya menjual pakaian muslim dan spanduk yang dipasang diluar toko dominan dengan merk baju muslim.

Berdasarkan latar belakang di atas, permasalahan yang terdapat di RBMS adalah bagaimana memperluas pasar untuk menghadapi persaingan dan pemanfaatan teknologi di dunia *fashion* khususnya dalam bidang penyedia busana muslim. Bagaimana mendesain ulang (*remodeling*) dan bagaimana memanfaatkan teknologi informasi pada beberapa proses seperti menjangkau *costumer segments* dengan memperlihatkan gambaran detail toko *online* dalam sebuah model *canvas*. Rancangan ini dibuat untuk memperlihatkan gambaran bentuk toko *online* yang masih dapat ditambah atau dikurangi menurut kebutuhan RBMS yang bersifat sebagai

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



usulan.

Didalam penelitian ini menggunakan *value chain* sebagai indikator awal analisa pada RBMS yang bertujuan memberikan gambaran aktivitas pendukung perusahaan yang digambarkan kedalam rantai nilai yang bertujuan meningkatkan nilai produk, selanjutnya analisa SWOT yang digunakan untuk memberikan gambaran kekuatan dan peluang dari RBMS saat ini yang bisa dipertahankan dan ditingkatkan, serta kelemahan dan ancaman yang harus dihindari, kemudian metode *Technique For Order Preference by Similiarity to Ideal Solution* (TOPSIS) digunakan untuk menentukan prioritas strategi sebagai inovasi baru, kekuatan dan peluang dianggap sebagai kriteria ideal positif kemudian kelemahan serta ancaman dianggap sebagai kriteria ideal negatif.

Dengan demikian penulis melakukan penelitian ini untuk membantu RBMS menyelesaikan permasalahan yang ada dengan judul “Penerapan Metode SWOT dan Perancangan *Business Model Canvas* Sebagai Strategi Bisnis Pada Toko Rumah Busana Muslim Salsanafa”.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijabarkan diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana cara memperluas pasar untuk menghadapi persaingan global dalam bidang penyedia busana muslim.
2. Bagaimana mendesain ulang model bisnis RBMS untuk memanfaatkan kemajuan teknologi informasi saat ini.

## 1.3 Batasan Masalah

Batasan permasalahan pada pembahasan penelitian ini adalah:

Analisa SWOT hanya menggunakan matrik IFAS, matrik EFAS, Matrik *grand strategy* dan matrik SWOT.

Untuk memberikan penilaian bobot dan rating terhadap variabel menggunakan *Focus Group Discution* (FGD).

*Value chain* digunakan sebagai identifikasi tahapan awal analisa.

Usulan gambaran strategi pengembangan bisnis pada RBMS digambarkan menggunakan *model business canvas*.

TOPSIS digunakan untuk menentukan nilai prioritas strategi pada RBMS.

## 1.4 Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk membuat usulan strategi yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Untuk mengetahui strategi terbaik dan menentukan kriteria prioritas pada RBMS.

Mendesain ulang *business model canvas* yang baru pada RBMS.

### 1.5 Manfaat

Manfaat yang ingin diperoleh dari hasil penelitian ini bagi RMBS adalah:

Memodelkan bisnis RBMS menggunakan model bisnis kanvas untuk meningkatkan pasar dan meminimalisir persaingan lokal.

*Model business canvas* dapat dimanfaatkan oleh RBMS untuk menyusun strategi bisnis dimasa depan.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

#### BAB 1. PENDAHULUAN

BAB 1 pada tugas akhir ini berisi tentang: (1) latar belakang masalah; (2) rumusan masalah; (3) batasan masalah; (4) tujuan; (5) manfaat; dan (6) sistematika penulisan.

#### BAB 2. LANDASAN TEORI

BAB 2 pada tugas akhir ini berisi tentang landasan teori yang berisi tentang: (1) profil singkat Rumah Busana Muslim Salsanafa; (2) mendefenisikan *Value Chain*; (3) mendefenisikan analisa SWOT; (4) mendefenisikan TOPSIS; (5) mendefinisikan *Business Model Canvas* (BMC); (6) mendefinisikan Toko Online (7) dan penelitian terdahulu.

#### BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN

BAB 3 pada tugas akhir ini berisi tentang: (1) tahapan pengumpulan data; (2) tahapan analisa; (3) dan tahapan hasil.

#### BAB 4. ANALISIS DAN HASIL

BAB 4 pada tugas akhir ini berisi tentang: tahapan-tahapan dalam menentukan usulan *business model canvas* pada Rumah Busana Muslim Salsanafa.

#### BAB 5. PENUTUP

BAB 5 pada tugas akhir ini adalah bagian penutup yang berisi tentang: (1) kesimpulan (2) dan saran bagi penelitian selanjutnya.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## BAB 2

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Profil Singkat Rumah Busana Muslim Salsanafa (RBMS)

Rumah Busana Muslim Salsanafa (RBMS) berdiri sejak 1 juni 2013 yang beralamat di Pekanbaru, Jl. Hr. Soebrantas, Panam yang bertepatan di depan kampus UIN Suska Riau. Awal berdiri masih menggunakan satu ruko dan sekarang sudah berdiri dengan tiga ruko. RBMS merupakan distributor yang menjual pakaian muslim wanita, pria, dan anak-anak. Selain menjual pakaian muslim RBMS juga menjual perlengkapan ibadah haji dan umroh, serta produk kesehatan seperti HPAI. Saat ini RBMS sudah mempunyai agen dan *reseller* dari berbagai daerah seperti Aceh, Medan, Sumbar, dan untuk daerah Riau hampir seluruh sudah memiliki agen dan *reseller* tetap.

RBMS melakukan promosi secara *offline* seperti spanduk, serta bagi-bagi brosur, dan secara *online* melalui sosial media melalui Instagram, Facebook, Shopee, dan Whatsapp. Saat ini RBMS memiliki 6 orang karyawan yaitu *manager store* 1 orang, admin jaringan 1 orang, admin *online* 1 orang, kasir 1 orang, dan *fashion advisor consultan* (FAC) 2 orang. Saat ini RBMS Mempunyai 1000 lebih pelanggan tetap atau member tetap.

##### 2.1.1 Visi

Visi dari RBMS adalah memperkenalkan kepada seluruh provinsi yang ada di Indonesia bahwa di kota Pekanbaru ada toko yang menjual pakaian muslim dengan kualitas dan brand ternama.

##### 2.1.2 Misi

Adapun misi dari RBMS yaitu:

Memberikan pelayanan yang baik kepada kosumen.

menawarkan keunggulan produk dari segi kualitas barang.

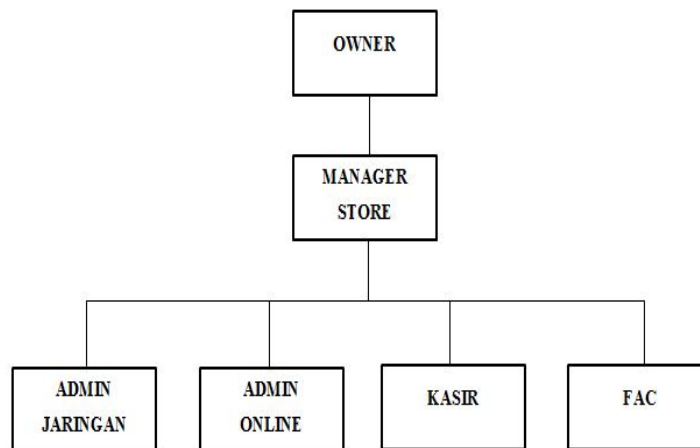
Menciptakan tenaga kerja yang ahli dan kompeten dalam ilmu pengetahuan dan pemahaman teknologi yang kuat.

##### 2.1.3 Struktur Organisasi

RBMS mempunyai struktur organisasi pada Gambar 2.1.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Gambar 2.1.** Struktur Organisasi RBMS

Berikut adalah tugas masing-masing pada bagian struktur organisasi RBMS

yaitu:

1. *Owner*

*Owner* RBMS bertugas sebagai pengawas dan penasehat.

2. *Manager store*

*Manager store* yaitu orang kepercayaan dari pemilik toko (*owner*) atau yang dikenal dengan asisten kepala toko. Tugas *manager store* adalah sebagai pengawas kepada karyawan, memberikan tugas karyawan, dan bertanggung jawab sepenuhnya terhadap toko.

3. *Admin jaringan*

Admin jaringan yaitu admin yang bertugas kepada agen dan *reseller*, setiap agen dan *reseller* yang melakukan pemesanan barang atau langsung berbelanja ke toko admin jaringanlah yang melayani dan menyiapkan seluruh pemesanan agen dan *reseller*. Selain itu admin jaringan juga harus mempromosikan model barang terbaru kepada agen dan *reseller*.

4. *Admin online*

Admin online adalah admin yang bertugas untuk melayani dan melakukan promosi di Instagram, Facebook, dan Shoope.

*Kasir*

Kasir bertugas sebagai penginputan stok barang, melakukan proses transaksi penjualan, mencatat data penjualan, mencatat data pengeluaran, membuat laporan rutin, dan merekap data penjualan.

*Fashion Advisor Consultan (FAC)*

FAC bertugas memberikan pelayanan yang baik kepada *costumer*, menyam-



but kadang *costumer* dengan memberikan senyuman yang ramah, membantu *costumer* dalam pemilihan barang, dan menjelaskan tentang produk jika *costumer* bertanya.

## 2.2 Value Chain

Menurut porter (1985) dalam Marisa, Syahni, Hadiguna, dan Novialdi (2017), *value chain* merupakan alat analisa yang digunakan untuk memahami secara baik tentang keunggulan kompetitif, dalam mengidentifikasi *value* pelanggan dalam meningkatkan atau penurunan biaya serta memahami dengan baik hubungan suatu perusahaan dengan pemasok, pelanggan, dan perusahaan lain yang terlibat dalam industri.

Menurut Porter (1985) dalam Kristiani (2015) *value chain* yaitu suatu aktivitas yang terdiri dari barang dan jasa dalam *raw materials* untuk sampai kepada konsumen. Didalam *value chain* terdapat bagaimana cara fokus memberikan nilai yang ditujukan kepada perusahaan.

Menurut Hansen, Mowen (2000) dalam Periansya (2011) *value chain* adalah tahap dalam mengidentifikasi dan menghubungkan aktivitas strategi yang dilakukan oleh perusahaan. Sifat *value chain* di dapat pada sifat industri yang berbeda-beda untuk perusahaan manufaktur, perusahaan jasa, dan suatu organisasi yang tidak berorientasi terhadap laba. Tujuan dari analisa *value chain* yaitu untuk mendeskripsikan tahap-tahap *value chain* yang mana perusahaan dapat meningkatkan *value* pelanggan dan untuk menurunkan biaya. Analisa *value chain* bermanfaat dan dapat membantu menganalisa aktivitas yang dapat membuat nilai atau keuntungan kompetitif bagi suatu organisasi.

Analisa *value chain* pada Gambar 2.2 terbagi menjadi 2 aktivitas dengan semilain dimensi yaitu (Hendri, 2017):

*Primary activity* (aktivitas utama) merupakan orang yang terlibat dengan pembuatan produk secara fisik yang terdiri dari lima dimensi diantaranya: *inbound logistic* (aktivitas yang terkait dengan penanganan material sebelum digunakan), *operations* (aktivitas yang terkait dari input menjadi output), *outbound logistics* (aktivitas yang terkait dengan pengumpulan, penyimpanan, distribusi barang dan jasa kepada pelanggan), *marketing and sales* (aktivitas yang terkait dengan pemasaran dan penjualan produk kepada pembeli agar tertarik untuk membeli produk tersebut), *service* (aktivitas yang terkait dengan layanan yang memberikan suatu layanan yang baik untuk meningkatkan dan mempertahankan nilai produk).

*Support activity* (aktivitas pendukung) yang terdiri dari empat dimensi di-

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta dilindungi undang-undang UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

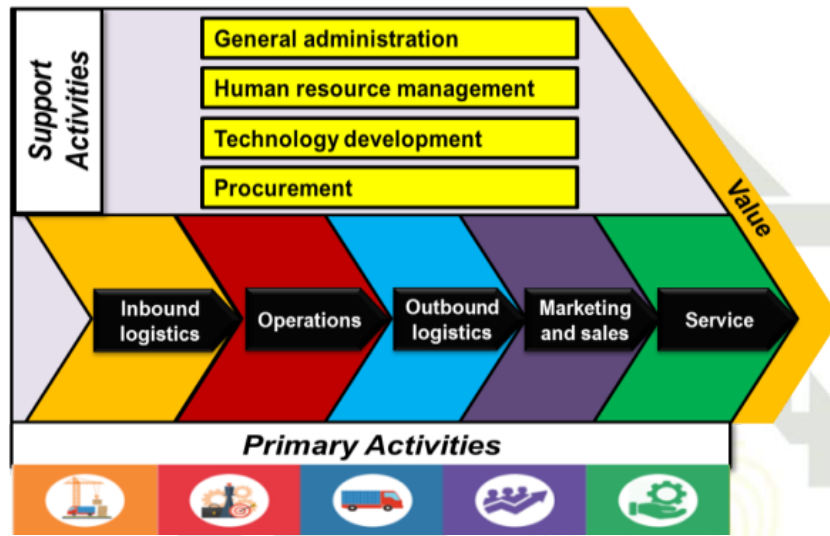
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

antaranya: *procurement* (aktivitas yang terkait dengan proses dari mana mendapatkan sumber daya), *technology development* (aktivitas yang terkait dengan nilai pengembangan teknologi), *human resources managements* (aktivitas yang terkait dengan kegiatan dalam merekrut, memperkerjakan, pelatihan, dan pengembangan), *general administration* (aktivitas yang terkait dengan kegiatan administrasi yang terdiri dari manajemen, perencanaan, keuangan, hukum, dan lain-lain).



Gambar 2.2. Value Chain Dikutip Dari Hendri (2017)

### 2.3 Analisa SWOT

Analisa SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pada perusahaan. Analisa SWOT meliputi faktor internal kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman (HM, 2015). Analisa SWOT yaitu pendekatan terstruktur untuk mengevaluasi organisasi yang berhubungan dengan lingkungan internal dan eksternal. Dengan mengidentifikasi faktor-faktor dalam matrik SWOT, tindakan dapat dikembangkan dengan mengidentifikasi kekuatan, menghilangkan atau meminimalkan kelemahan, dan memanfaatkan peluang serta mengidentifikasi ancaman. Namun, matrik SWOT kualitatif mungkin tidak cukup dalam banyak kasus tanpa prioritas faktor SWOT (Bas, 2013).

Analisa SWOT merupakan suatu teknik *historis* yang terkenal dimana para manajer perusahaan menciptakan gambaran umum secara cepat mengenai situasi strategis perusahaan (Gunawan, 2017). Analisa ini merupakan instrument pada sebuah strategi perencanaan untuk menganalisa kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman terhadap sebuah organisasi. Analisis SWOT diartikan sebagai sebuah ben-



tuk analisa situasi dan kondisi yang bersifat deskriptif. Dalam hal ini analisa situasi dan kondisi yang berperan sebagai faktor masukan, kemudian dikelompokkan menurut perannya masing-masing. Satu hal yang perlu di ketahui, bahwa analisa SWOT hanya digunakan untuk tujuan menggambarkan situasi yang sedang dihadapi dan bukan sebagai sebuah alat analisa yang dapat memberikan solusi dari permasalahan yang sedang dihadapi (Rangkuti, 2016).

### 2.3.1 Matrik EFAS dan Matrik IFAS

Menurut Rangkuti (2016), untuk membuat matrik strategi eksternal terlebih dahulu perlu mengidentifikasi faktor strategi eksternal (EFAS) Tabel 2.1 dan faktor strategi internal (IFAS) Tabel 2.2 yang dibuat dalam masing-masing tabel yang digunakan dengan cara sebagai berikut:

1. Pada kolom pertama (faktor *strategis*); disusun 5 hingga 10 faktor-faktor peluang dan ancaman serta kekuatan dan kelemahan.
2. Pada kolom kedua (bobot); berikan bobot pada masing-masing faktor, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting), tergantung dampaknya terhadap faktor strategis.
3. Pada kolom ketiga (rating); berikan nilai rating pada setiap faktor tersebut dengan skala 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruhnya terhadap kondisi perusahaan. Pemberian nilai pada faktor peluang bersifat positif (peluang besar dan kekuatan beri nilai rating +4, tetapi jika peluang atau kekuatannya kecil beri rating +1). Sementara untuk pemberian nilai ancaman dan kelemahan adalah kebalikan nilai peluang dan kekuatan yaitu, jika ancaman atau kelemahannya sangat besar maka nilainya 1 dan jika ancaman atau kelemahannya sedikit maka nilainya 4. Dengan kata lain variabel yang bernilai positif maka diawali dengan skor besar (sangat bagus), dan kebalikannya variabel negatif diawali dengan skor kecil (sangat buruk).
4. Pada kolom keempat (skor); nilai pada kolom 2 (bobot) dikalikan dengan nilai pada kolom 3 (rating). Nilainya berkisar antara 4,0 (*out standing*) sampai 1,0 (*poor*).
5. Kolom kelima; jika diperlukan isikan komentar terkait penilaian.
6. Kemudian jumlahkan nilai bobot setiap faktor pada baris terakhir variabel, begitu juga dengan faktor ancaman. Nilai bobot peluang dan ancaman tidak boleh lebih dari 1,00 atau 100.
7. Lakukan hal yang sama untuk setiap faktor internal dan eksternal.

**Tabel 2.1. Contoh Tabel EFAS**

Faktor Strategis Eksternal (EFAS)	Bobot (b)	Rating (r)	Score (b*r)	Koment
1	2	3	4	5
<b>Peluang (<i>Opportunity</i>)</b>				
Faktor peluang <sup>1</sup>	1,00– 0,00	4–1	...	
Faktor peluang <sup>2</sup>	1,00– 0,00	4–1	...	
Faktor peluang <sup>3</sup>	1,00– 0,00	4–1	...	
Faktor peluang <sup>n</sup>	1,00– 0,00	4–1	...	
<b>Jumlah</b>	<b>1,00</b>	<b>?</b>	<b>...</b>	
<b>Ancaman (<i>Threat</i>)</b>				
Faktor ancaman <sup>1</sup>	1,00– 0,00	1–4	...	
Faktor ancaman <sup>2</sup>	1,00– 0,00	1–4	...	
Faktor ancaman <sup>3</sup>	1,00– 0,00	1–4	...	
Faktor ancaman <sup>n</sup>	1,00– 0,00	1–4	...	
<b>Jumlah</b>	<b>1,00</b>	<b>?</b>	<b>...</b>	

**Tabel 2.2. Contoh Tabel IFAS**

Faktor Strategis Internal (IFAS)	Bobot (b)	Rating (r)	Score (b*r)	Koment
1	2	3	4	5
<b>Kekuatan (<i>Strength</i>)</b>				
Faktor kekuatan <sup>1</sup>	1,00– 0,00	4–1	...	
Faktor kekuatan <sup>2</sup>	1,00– 0,00	4–1	...	
Faktor kekuatan <sup>3</sup>	1,00– 0,00	4–1	...	
Faktor kekuatan <sup>n</sup>	1,00– 0,00	4–1	...	
<b>Jumlah</b>	<b>1,00</b>	<b>?</b>	<b>...</b>	
<b>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b>				
Faktor kelemahan <sup>1</sup>	1,00– 0,00	1–4	...	

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  - Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





**Tabel 2.2.** Contoh Tabel IFAS (Tabel lanjutan...)

1	2	3	4	5
Faktor kelemahan <sup>2</sup>	1,00– 0,00	1–4	...	
Faktor kelemahan <sup>3</sup>	1,00– 0,00	1–4	...	
Faktor kelemahan <sup>n</sup>	1,00– 0,00	1–4	...	
<b>Jumlah</b>	<b>1,00</b>	<b>?</b>	<b>...</b>	

Setelah dilakukan analisa langkah selanjutnya adalah memberikan sekurang-kurangnya tiga solusi sebagai *Action Plan* seperti pada Tabel 2.3.

**Tabel 2.3.** Contoh Tabel Solusi

No	Program Kerja (Action Plan)	Tujuan	Cara (inisiatif Strategi)
1	Solusi <sup>1</sup>	Tujuan <sup>1</sup>	Strategi <sup>1</sup>
2	Solusi <sup>2</sup>	Tujuan <sup>2</sup>	Strategi <sup>2</sup>
3	Solusi <sup>3</sup>	Tujuan <sup>3</sup>	Strategi <sup>3</sup>

### 2.3.2 Matrik SWOT

Matrik SWOT pada Gambar 2.3 menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman pada faktor eksternal yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan serta kelemahan pada faktor internal yang dimiliki (Rangkuti, 2016). Matrik ini mengasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi.

	IFAS	S ( <i>Strength</i> )	W ( <i>Weakness</i> )
EFAS		Tentukan faktor-faktor kekuatan internal	Tentukan faktor-faktor kelemahan internal
O ( <i>Opportunity</i> )	Tentukan faktor-faktor peluang eksternal	<b>Strategi SO:</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<b>Strategi WO:</b> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
T ( <i>Threat</i> )	Tentukan faktor-faktor ancaman eksternal	<b>Strategi ST:</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	<b>Strategi WT:</b> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

**Gambar 2.3.** Diagram Matrik SWOT (Rangkuti, 2016)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

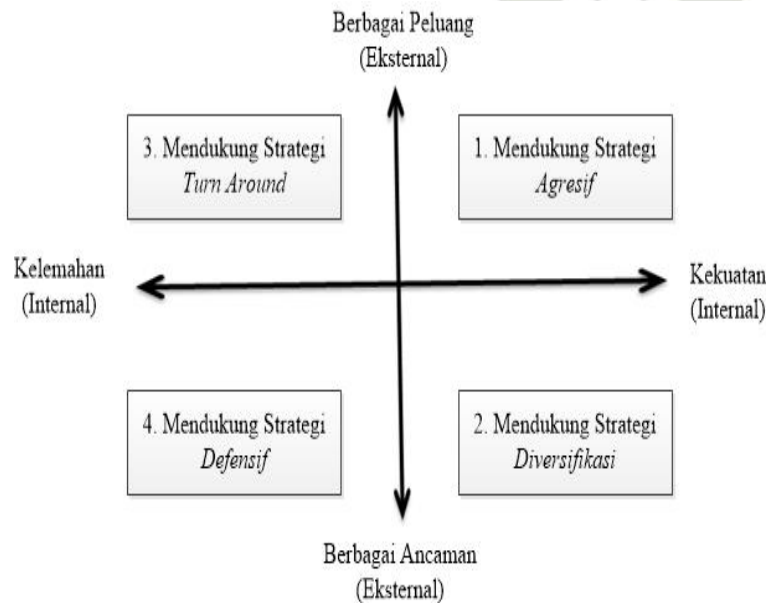
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



### 2.3.3 Matrik *Grand Strategy*

© Matrik *Grand Strategy* pada Gambar 2.4, digambarkan dengan menggunakan empat kuadran yaitu kuadran pada sumbu  $x$  (internal) dan kuadran pada sumbu  $y$  (eksternal). Kuadran satu kekuatan berada pada sumbu positif  $x$  dan sumbu positif  $y$ . Jika berada pada posisi ini strategi yang dilakukan adalah agresif. Kuadran dua ancaman berada pada sumbu positif  $x$  dan sumbu negatif  $y$ . Jika berada pada posisi ini strategi yang dilakukan adalah *defferensiasi*. Selanjutnya kuadran tiga kelemahan berada pada sumbu negatif  $x$  dan negatif  $y$ , pada posisi ini strategi yang dapat dilakukan adalah *deffensif* atau bertahan. Kemudian pada kuadran empat peluang berada pada sumbu negatif  $x$  dan sumbu positif  $y$ , strategi yang dilakukan adalah *turn around*.



**Gambar 2.4.** Matrik *Grand Strategy*

Untuk mengetahui posisi objek pada kuadran *diagram cartesius* diatas, maka digunakan rumus Persamaan 2.1.

$$(x,y) \text{ atau } \frac{S-W}{2}; \frac{O-T}{2} \quad (2.1)$$

### 2.4 *Technique For Order Preference by Similiarity to Ideal Solution (TOPSIS)*

TOPSIS adalah salah satu metode pengambilan keputusan multi kriteria yang pertama kali diperkenalkan oleh Yoon dan Hwang pada tahun 1981. TOPSIS adalah penerapan prinsip alternatif yang terpilih harus mempunyai jarak yang terdekat dari solusi ideal positif dan terjauh dari solusi ideal negatif pada sudut pandang geometris dan menggunakan jarak *Euclidean* untuk menentukan pendekatan



yang paling relatif dengan solusi optimal. Pada metode TOPSIS dibutuhkan beberapa kriteria yang digunakan untuk mengukur kinerja setiap alternatif strategi yang dipilih (Mabrur, 2018).

Metode TOPSIS digunakan untuk menentukan prioritas strategi sebagai inovasi baru, kekuatan, dan peluang dianggap sebagai kriteria ideal positif kemudian kelemahan serta ancaman dianggap sebagai kriteria ideal negatif. TOPSIS diusulkan oleh Hwang dan Yoon (1981), prinsip dasar dari TOPSIS adalah alternatif yang dipilih harus memiliki jarak terpendek dari solusi ideal positif dan jarak terjauh dari solusi ideal negatif (Ghorbani, Velayati, dan Ghorbani, 2011). Solusi ideal positif (PIS) yaitu solusi yang memprioritaskan kriteria manfaat dan meminimalkan kriteria biaya, sedangkan solusi ideal negatif (NIS) yaitu memprioritaskan kriteria biaya dan meminimalkan kriteria manfaat. Metode TOPSIS mempertimbangkan secara bersamaan jarak ke PIS dan NIS. Solusi yang paling mendekati PIS dan terjauh ke NIS adalah solusi yang ideal. Metode TOPSIS memiliki dua keunggulan utama, salah satunya yaitu kesederhanaan dan memiliki *fleksibilitas* yang sangat besar dalam himpunan pilihan (Alptekin, 2013).

Pada penggunaan metode TOPSIS terdapat beberapa tahapan sebagai berikut (Abiddin, 2016):

Persamaan 2.2 merupakan matrik keputusan ternormalisasi.

$$r_{ij} = \frac{x_{ij}}{\sqrt{\sum_{i=1}^m x_{ij}^2}} \quad \text{dengan} \quad i = 1, 2, \dots, m; \quad \text{dan} \quad j = 1, 2, 3, \dots, n \quad (2.2)$$

Persamaan 2.3 merupakan matrik keputusan ternormalisasi terbobot.

$$y_{ij} = w_i r_{ij} \quad \text{dengan} \quad i = 1, 2, \dots, m; \quad \text{dan} \quad j = 1, 2, 3, \dots, n \quad (2.3)$$

Persamaan 2.4 merupakan matrik solusi ideal positif.

$$A^+ = y_1^+, y_2^+, \dots, y_n^+ \quad (2.4)$$

Persamaan 2.5 merupakan matrik solusi ideal negatif.

$$A^- = y_1^-, y_2^-, \dots, y_n^- \quad (2.5)$$

Persamaan 2.6 sebagai keterangan rumus dari solusi ideal positif.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$y_j^+ = \begin{cases} \max_i y_{ij} & ; \text{jika "j" adalah atribut keuntungan} \\ \min_i y_{ij} & ; \text{jika "j" adalah atribut biaya} \end{cases} \quad (2.6)$$

Persamaan 2.7 sebagai keterangan rumus dari solusi ideal negatif.

$$y_j^- = \begin{cases} \max_i y_{ij} & ; \text{jika "j" adalah atribut keuntungan} \\ \min_i y_{ij} & ; \text{jika "j" adalah atribut biaya} \end{cases} \quad (2.7)$$

$j=1, 2, 3, \dots, n$

Persamaan 2.8 merupakan jarak antara alternatif  $A_i$  dengan solusi ideal positif.

$$D_i^+ = \sqrt{\sum_{j=1}^n (y_i^+ - y_{ij})^2}; i = 1, 2, \dots, m \quad (2.8)$$

Persamaan 2.9 merupakan jarak antara alternatif  $A_i$  dengan solusi ideal negatif.

$$D_i^- = \sqrt{\sum_{j=1}^n (y_i^- - y_{ij})^2}; i = 1, 2, \dots, m \quad (2.9)$$

Persamaan 2.10 merupakan nilai preferensi untuk setiap alternatif ( $V_i$ ).

$$V_i = \frac{D_i^-}{D_i^- + D_i^+}; i = 1, 2, \dots, m \quad (2.10)$$

Nilai  $V_i$  yang lebih besar menunjukkan bahwa alternatif  $A_i$  lebih dipilih.

## 2.5 Business Model Canvas (BMC)

Menurut Herawati (2019) langkah yang dilakukan dalam model bisnis kanvas yaitu membuat terlebih dahulu hipotesis awal selanjutnya dikonfirmasi kepada konsumen secara langsung dan tidak langsung (*online*). *Business Model Canvas* (BMC) disebut sebagai alat pembuat model bisnis yang sangat populer dalam dunia kewirausahaan karena kemudahan dalam menggambarkan elemen terpenting dalam sebuah bisnis yang dituangkan dalam lembar kanvas. Keunggulan *Business model canvas* yaitu kemudahan dengan mengubah model bisnis dengan cepat dan melihat implikasi perubahan suatu elemen yang ada pada elemen bisnis lainnya (Athia, 2018). Model bisnis dapat dianggap sebagai alat konseptual untuk mekanisme yang mendasari suatu perusahaan, bagaimana sebuah perusahaan bisa menciptakan, menyampaikan, dan menangkap nilai pelanggan. Model bisnis ini ju-



ga memberikan deskripsi yang disederhanakan dari strategi, operasi, dan hubungan perusahaan (Khan dan Wuest, 2019).

Menurut Osterwalder dan Pigneur (2010) didalam jurnal Horvath (2018) model bisnis kanvas menyediakan *template* yang menarik untuk divisualisasikan kedalam model bisnis yang baru atau yang sudah ada. Osterwalder dan Pigneur membagi aspek menjadi empat bagian yaitu pelanggan, proposisi nilai, infrastruktur, dan aspek keuangan. Bagian pelanggan mencakup hubungan pelanggan, segmen pelanggan, dan saluran distribusi. Nilai proposisi mencakup produk dan layanan yang memecahkan masalah tertentu dan menciptakan nilai bagi pelanggan. Bagian infrastruktur mencakup arsitektur yang digunakan untuk memperoleh nilai dan aspek keuangan mencakup hubungan antara aliran pendapatan dan perusahaan struktur biaya. Menurut Boedianto (2015), dalam buku Osterwalder tentang *Business Model Generation* mengatakan *Business Model Canvas* (BMC) memiliki 9 elemen bisnis yang saling berkaitan, ada pun 9 elemen bisnis yang saling berkaitan tersebut adalah:

#### *Customer Segments*

Yaitu menentukan target *customer*, adalah bagian penting dari suatu bisnis karna memberikan keuntungan (*profit*) bagi perusahaan. Tanpa pelanggan tidak ada perusahaan yang dapat bertahan lama. Perusahaan dapat mengelompokkan pelanggannya ke dalam kelompok yang berbeda sesuai dengan kebutuhan umum, perilaku umum atau atribut lainnya.

#### 2. *Value Propositions*

*Value Propositions* (Proposisi nilai) yaitu bagaimana perusahaan menciptakan nilai untuk segmen sasaran mereka dengan menggunakan produk dan layanan ditawarkan kepada pelanggan. Produk dan jasa yang ada pada perusahaan harus memiliki keunggulan yang pas dibandingkan perusahaan lain karena perusahaan tersebut dianggap memiliki kelebihan dan memenuhi kebutuhan pelanggan.

#### *Channels*

*Channels* merupakan media yang digunakan oleh perusahaan untuk berkomunikasi dengan pelanggannya untuk menyampaikan *value propositions*.

#### *Customer Relationship*

*Customer Relationship* merupakan hubungan antara perusahaan dan konsumen. Perusahaan harus menjelaskan jenis hubungan yang ingin dibangun oleh masing-masing segmen pelanggan.

#### *Revenue Streams*

*Revenue Streams* yaitu pendapatan atau pemasukan yang didapat perusa-

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

haan dari pelanggannya atas *value proposition* yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan.

#### Key Resources

*Key Resources* merupakan sumber daya utama yang dibutuhkan untuk membuat sebuah model bisnis berjalan dengan baik. Setiap model bisnis membutuhkan *Key Resources* (sumber daya utama).

#### Key Activities

*Key Activities* menjelaskan hal yang paling penting yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk membuat model bisnisnya bekerja dengan sangat baik, yaitu dengan menciptakan produk dan jasa yang dibutuhkan pelanggan untuk membina hubungan yang baik.

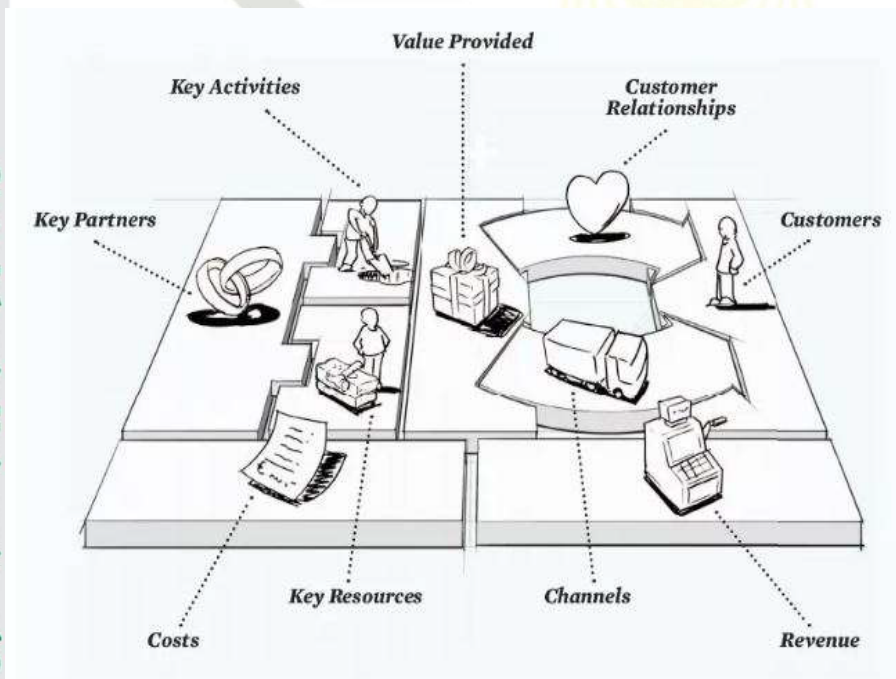
#### Key Partnership

*Key Partnership* merupakan jaringan pemasok dan mitra yang membuat model bisnis berjalan dengan baik. Perusahaan bekerjasama dengan pemasok dan kemitraan untuk menciptakan nilai bagi pelanggan.

#### Cost Structure

*Cost Structure* merupakan biaya yang dikeluarkan untuk mengoperasikan model bisnis. *Cost Structure* menggambarkan biaya yang dikeluarkan saat menjalankan model bisnis tertentu.

Model bisnis kanvas pada Gambar 2.5 digunakan untuk memberikan visualisasi model bisnis yang akan dibuat atau dikembangkan.



Gambar 2.5. Sembilan Elemen *Business Model Canvas* (Wonodjojo, 2017)





## 2.6 Toko Online

Menurut Harahap (2018) toko *online* merupakan suatu tempat untuk melakukan transaksi pembelian barang dan jasa melalui media internet atau yang dikenal dengan perdagangan elektronik (*e-commerce*) yang digunakan untuk kegiatan transaksi jual beli dengan konsumen. Toko online di Indonesia semakin lama menunjukkan perkembangan yang signifikan, belanja *online* tidak hanya terfokus pada pembelian barang saja, namun juga layanan jasa seperti perbankan yang memperkenalkan teknik penggunaan *e-banking*. Melalui teknik *e-banking* customer dapat melakukan kegiatan transfer uang, membayar tagihan listrik, pembayaran uang kuliah, dan sebagainya.

## 2.7 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian yang pernah dilakukan terkait analisa SWOT dan metode TOPSIS, serta model bisnis canvas yaitu:

Moh.Zainal Abiddin, Ilyas Mas'udin, dan Dana Marsetiya Utama (2017) "Pemilihan Strategi Pemasaran Dengan Metode SWOT dan TOPSIS" Penelitian ini bertujuan untuk melakukan pemilihan strategi pemasaran dengan menggunakan analisa SWOT untuk melakukan identifikasi faktor dan merumuskan strategi perusahaan. Analisa SWOT digunakan untuk pemilihan strategi pemasaran dengan strategi untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang, secara bersamaan meminimalkan kelemahan dan ancaman. Sedangkan penerapan metode TOPSIS bertujuan sebagai penentuan keputusan alternatif strategi pemasaran terbaik dan ideal sesuai tujuan pemasaran yang diinginkan perusahaan (Abiddin, 2016).

2. Ni luh Firdayani, Agung Suryawan Wiranatha, dan Cokorda Anom Bayu Sadyasmara (2020) "Strategi Pengembangan Usaha DNI *Skincentre* Renon Dengan Penerapan Metode SWOT dan TOPSIS" Penelitian ini bertujuan untuk pengembangan usaha dengan menerapkan metode SWOT dan TOPSIS, yang mana SWOT bertujuan menghasilkan alternatif strategi dan untuk memperoleh prioritas strategi digunakan perhitungan metode TOPSIS. Alternatif yang dihasilkan dari matrik SWOT dipilih yang memiliki jarak terdekat dengan solusi ideal positif dan memiliki jarak terjauh dengan solusi ideal negatif (Firdayani, 2020).

Adkha Yulianandha Mabur dan Andri Hernandi (2018) "Pengembangan Metode TOPSIS Dalam Kuadran Matrik Mengatasi Permasalahan Ruang Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Prioritas Dalam Upaya Mengatasi Permasalahan Lahan" Penelitian ini bertujuan untuk mengatasi per-

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

masalah lahan menggunakan metode SWOT dengan memberikan bobot dan rating sesuai hasil kalkulasi data responden, kemudian menentukan IFE dan EFE. Hasil dari perhitungan matrik SWOT berupa strategi *Strength-Opportunity* (SO), *Weakness-Opportunity* (WO), *Strength-Threat* (ST), dan *Weakness-Threat* (WT). Selanjutnya hasil strategi dilakukan dengan perhitungan *SPACE matrix* menggunakan metode TOPSIS, sehingga dihasilkan NIS dan PIS (Mabrur, 2018).

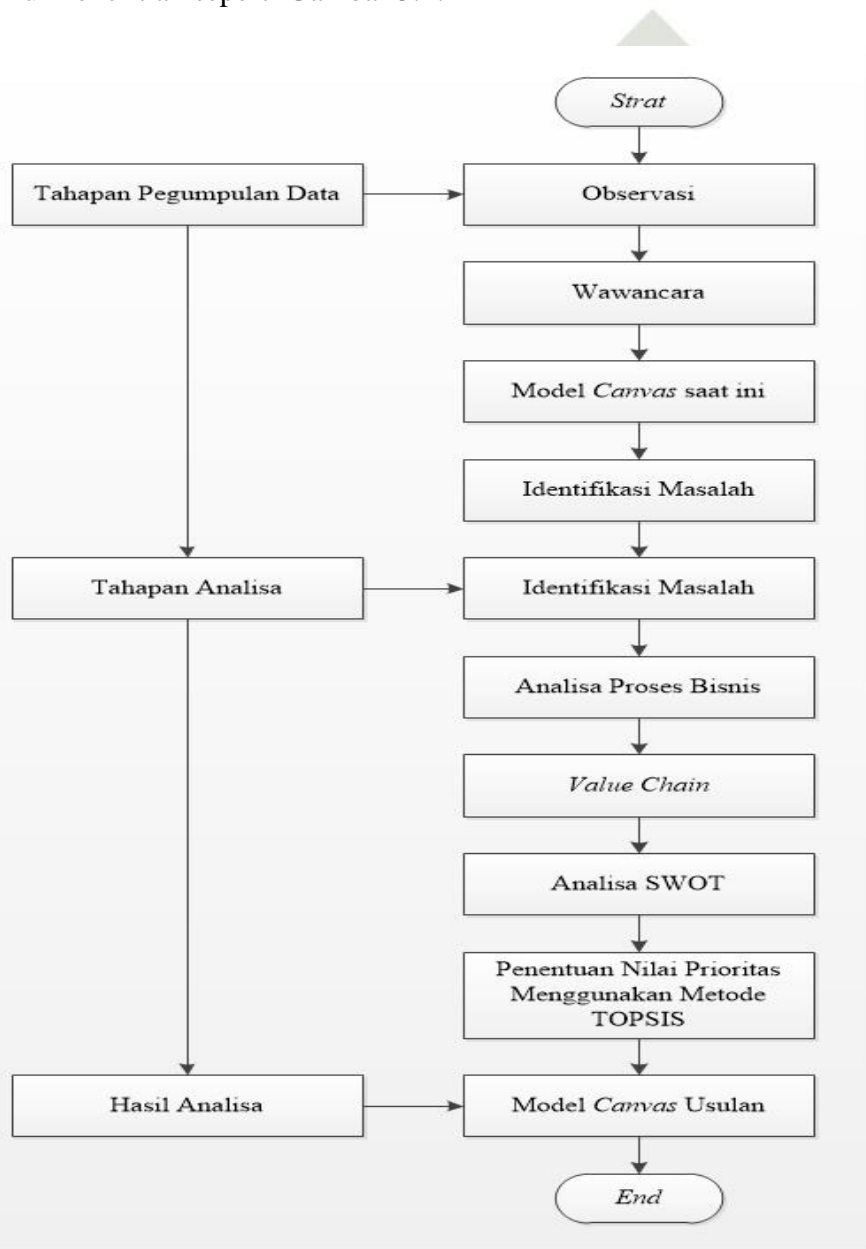
Cynthia Damayanti Wonodjojo dan Ratih Indriyani (2017) “Analisis Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan *Business Model Canvas* Pada Ayam Goreng Sinar Pemuda Pusat” Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan *segment* pelanggan yang awalnya wilayah Surabaya menjadi seluruh kota di Indonesia dengan meningkatkan inovasi produk penjualan. Untuk mempermudah pemasaran dan penyampaian informasi produk ke pelanggan dengan membuat *website* dapat ditambahkan sebagai *channel* dan bekerja sama dengan jasa ekspedisi dalam membantu distribusi (Wonodjojo, 2017).

5. Felician Priyono (2015) “Analisa Penerapan *Business Model Canvas* Pada Toko Moi *Collection*” Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi elemen-elemen yang terdapat pada *business model canvas* untuk mengetahui BMC pada toko moi *collection* saat ini. Setelah mengidentifikasi elemen BMC selanjutnya menganalisa menggunakan SWOT yang bertujuan mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada toko moi *collection* (Priyono, 2015).

## BAB 3

### METODOLOGI PENELITIAN

Dalam melakukan penelitian ini penulis membagi kegiatan ke dalam tiga tahapan, (1) tahapan pengumpulan data yang terdiri dari: observasi, wawancara, model *canvas* saat ini, dan indentifikasi masalah; (2) tahapan analisa yang terdiri dari: analisa proses bisnis, *value chain*, analisa SWOT, dan TOPSIS; (3) tahap hasil terdiri dari: model *canvas* usulan. Tahapan metode ini dapat digambarkan dalam sebuah Alur Penelitian seperti Gambar 3.1.



Gambar 3.1. Metodologi Penelitian





### 3.1 Tahapan Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan di RBMS, dimana penulis memberikan kontribusi untuk mengembangkan bisnis tersebut dengan menggunakan model *canvas*. Penelitian ini penulis awali dengan melakukan observasi dengan tujuan untuk mengetahui proses bisnis yang terjadi di RBMS dan cara promosi dan sosialisasi.

Setelah melakukan observasi, penulis melakukan wawancara dengan *Manager Store* (MS) RBMS guna mengkonfirmasi hasil observasi dan sekaligus menggali informasi lebih mendalam. Selain dengan *Manager Store* (MS), wawancara juga dilakukan kepada karyawan untuk menambah wawasan tentang objek penelitian.

#### 3.1.1 Observasi

Dalam melakukan kegiatan ini penulis melakukan observasi terhadap ruangan kasir, *showroom* pakaian, dan gudang stok pakaian. *Showroom* pakaian terdiri dari 2 ruangan yaitu ruang pajangan khusus *brand* Nibras dan *brand* campuran.

Dalam melakukan aktifitas bertransaksi toko RBMS menggunakan sistem aplikasi IPOS versi 5 dan menggunakan printer Epson L210 kegiatan promosi dan sosialisasi dilakukan dengan media sosial seperti Facebook yang dapat diakses di @rumahbusana.salsanafa, Instagram dengan akun @rumahbusana.salsanafa, Whatsapp dengan nomor 0821-7138-2272, Shopee dengan akun rbm.salsanafa01 atau bisa mengunjungi toko yang beralamat Jl. Hr. Soebrantas, Panam yang lebih tepat didepan kampus UIN Suska Riau.

#### 3.1.2 Wawancara

Wawancara adalah proses tanya jawab untuk memperoleh keterangan yang dilakukan dengan mewawancarai *Manager Store* (SO) RBMS sehingga didapatkan informasi dan data-data yang dibutuhkan. Dari wawancara yang dilakukan didapatkan informasi profil RBMS mulai dari berdirinya sampai dengan masa berkembangnya hingga saat ini.

#### 3.1.3 Pemodelan *Business Canvas* Rumah Busana Muslim Salsanafa Saat Ini

*Business model canvas* digunakan untuk menilai suatu model bisnis dan memberikan gambaran ide dalam menciptakan nilai pada suatu organisasi. BMC saat ini memberikan gambaran awal proses bisnis kedalam bentuk kanvas yang terdiri dari sembilan elemen yang saling berkaitan. Setiap elemen dapat menjadi langkah awal dalam menentukan bagaimana suatu usaha melakukan transformasi model bisnis mereka.

Dalam analisa BMC data yang dibutuhkan yaitu dari wawancara dan *Focus*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



*Group Discussion* (FGD) yang dilakukan terhadap responden yang bertujuan untuk memberikan gambaran informasi, penjelasan, dan kondisi yang berkaitan dengan objek penelitian secara akurat atau sistematis. Teknik analisa data yang digunakan yaitu:

1. mengumpulkan semua data yang diperoleh dari berbagai sumber melalui wawancara.

2. Membuat rangkuman mengenai penelitian, proses, dan pernyataan yang sesuai dengan tujuan penelitian.

3. Menyusun data kedalam kategori berdasarkan pandangan pendapat atau kriteria tertentu.

### 3.1.4 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah berperan penting dalam sebuah penelitian dan menjadi langkah awal dalam suatu penelitian. Identifikasi masalah digunakan sebagai proses dan hasil pengenalan masalah yang terdapat pada RBMS saat ini. Identifikasi masalah sangat berpengaruh terhadap kualitas penelitian.

### 3.2 Tahapan Analisa

Pada tahapan analisa ini penulis menggunakan analisa proses bisnis sebagai gambaran proses-proses bisnis dan aktivitas yang terjadi pada RBMS. *Value chain* digunakan sebagai identifikasi awal analisa untuk mendefinisikan rantai nilai yang berasal dari aktivitas-aktivitas yang dilakukan RBMS, setelah itu melakukan analisa SWOT untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalisirkan kelemahan dan ancaman, kemudian TOPSIS yang digunakan untuk menentukan jarak terdekat dari solusi ideal positif dan solusi ideal negatif yang bertujuan untuk menentukan nilai prioritas strategi pada RBMS.

#### 3.2.1 Analisa Proses Bisnis

Analisa proses bisnis merupakan suatu kumpulan dari proses yang berisi aktivitas-aktivitas dari suatu organisasi. Analisa proses bisnis pada RBMS berisi suatu aktivitas yang terjadi mulai dari proses transaksi jual beli, melayani *costumer*, melakukan promosi, melakukan pengiriman barang, dan aktivitas-aktivitas lainnya. Suatu proses bisnis yang baik yaitu memiliki tujuan-tujuan yang efektifitas dan efisiensi.

#### 3.2.2 Value Chain

Analisa *value chain* merupakan tahapan awal yang dilakukan untuk mengidentifikasi tentang gambaran pada RBMS. Analisa *value chain* adalah alat analisa yang digunakan untuk mendefinisikan rantai nilai yang berasal dari aktivitas-

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumpumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



aktivitas yang dilakukan untuk membuat sebuah produk mulai dari bahan baku hingga sampai ketangan konsumen. *Value chain* terdiri dari sembilan elemen yang dibagi kedalam dua dimensi yaitu aktivitas utama dan aktivitas pendukung. Dari rantai nilai dapat diketahui kekuatan perusahaan, keuntungan yang didapatkan RBMS serta kesuksesan dari rantai aktivitas yang diterapkan dalam RBMS.

### 3.2.3 Analisa SWOT

Analisa SWOT digunakan sebagai strategi dalam memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan serta ancaman.

#### 3.2.3.1 Faktor Internal dan Eksternal

Metode SWOT bertujuan untuk melakukan indentifikasi terhadap faktor perusahaan yaitu faktor internal dan eksternal. Tujuan indentifikasi faktor internal adalah mengenali kekuatan yang terlihat pada Tabel 3.1 dan kelemahan pada Tabel 3.2 yang dimiliki perusahaan, sedangkan indentifikasi faktor eksternal adalah mengenali peluang pada Tabel 3.3 yang bisa dimanfaatkan perusahaan serta mengetahui ancaman pada Tabel 3.4 yang harus dihindari. Identifikasi faktor internal dan eksternal di dapatkan dari hasil pengumpulan data yang dilakukan dengan observasi, wawancara, dan pengumpulan data sebagai pendukung penelitian ini. Berikut adalah contoh tabel faktor SWOT.

**Tabel 3.1.** Variabel Faktor Kekuatan

Notasi	Variabel
S1	Mudah mendapatkan pelanggan baru
S2	Mempunyai kualitas produk yang baik
S3	Hubungan dengan <i>customer</i> , <i>supplier</i> , dan rekan bisnis cukup baik
S4	Menjual produk dengan <i>brand</i> ternama

**Tabel 3.2.** Variabel Faktor Kelemahan

Notasi	Variabel
W1	Kemungkinan <i>costumer</i> dapat berpindah ke pesaing lain yang menawarkan produk yang sama dengan RBMS
W2	<i>Costumer</i> yang kurang memahami <i>brand</i> dan kualitas produk
W3	<i>Costumer</i> banyak yang tidak mengetahui RBMS juga menjual produk HPAI

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





**Tabel 3.2.** Variabel Faktor Kelemahan (Tabel lanjutan...)

Notasi	Variabel
W4	Sebagian <i>costumer</i> menganggap harga bandrol dari <i>brand</i> cukup mahal

**Tabel 3.3.** Variabel Faktor Peluang

Notasi	Variabel
O1	Dapat melayani <i>costumer</i> diluar provinsi Riau dengan menggunakan layanan JNE dan JNT
O2	Menerima <i>costumer</i> diluar provinsi Riau yang ingin bergabung menjadi agen dan <i>reseller</i>
O3	Boomingnya dunia <i>fashion</i> dimata masyarakat
O4	Lokasi bisnis yang strategis

**Tabel 3.4.** Variabel Faktor Ancaman

Notasi	Variabel
T1	Tawaran harga yg lebih murah dari pesaing
T2	<i>Costumer</i> yang melakukan tawar menawar pada produk
T3	Selera <i>costumer</i> yang berbeda-beda
T4	Cukup banyaknya pesaing dibidang <i>fashion</i>

### 3.2.3.2 Pembobotan dan Rating Faktor Internal Eksternal

Setelah menganalisa faktor internal dan eksternal selanjutnya memberikan nilai bobot Tabel 3.5 dan memberi nilai rating Tabel 3.6, penilaian ini dilakukan dengan teknik FGD. Masing-masing peserta diskusi memberikan penilaian kepada setiap variabel. Nilai bobot pada setiap variabel dan pada masing-masing faktor jika dijumlahkan tidak boleh lebih dari 1,00. Berikut adalah acuan penilaian pembobotan

**Tabel 3.5.** Acuan Penilaian Bobot

Skala	Keterangan
Angka 1	Jika indikator horizontal kurang penting dari pada indikator vertikal
Angka 2	Jika indikator horizontal sama pentingnya dengan indikator vertikal
Angka 3	Jika indikator horizontal lebih penting dari pada indikator vertikal

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Tabel 3.6.** Penilaian Bobot

Indikator	A	B	C	D	Jumlah	Bobot
A		2	1	2	5	0,21
B	2		2	2	6	0,25
C	3	2		3	8	0,33
D	2	2	1		5	0,21
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	<b>24</b>	<b>1,00</b>

Penilaian ini dilakukan dengan aturan, pada faktor kekuatan dan peluang seperti pada Tabel 3.7, penilaian dimulai dengan skala 4 atau sangat penting sampai 1 atau tidak penting.

**Tabel 3.7.** Skala Prioritas Kekuatan dan Peluang

Skala	Keterangan
Angka 4	Sangat penting
Angka 3	Penting
Angka 2	Kurang penting
Angka 1	Tidak penting

Pada faktor kelemahan dan ancaman pada Tabel 3.8, skalanya dimulai dari angka 1 sangat penting sampai 4 tidak penting.

**Tabel 3.8.** Skala Prioritas Kelemahan dan Ancaman

Skala	Keterangan
Angka 1	Sangat penting
Angka 2	Penting
Angka 3	Kurang penting
Angka 4	Tidak penting

### 3.2.3.3 Matrik IFAS dan EFAS

Menganalisa faktor internal dan eksternal menggunakan matrik IFAS Tabel 3.9 dan EFAS Tabel 3.10 yang bertujuan untuk memberikan penilaian bobot dan rating pada masing-masing faktor.



**Tabel 3.9.** Variabel Faktor Strategis Internal (IFAS)

Notasi	Variabel
<b>Faktor Kekuatan</b>	
S1	Mudah mendapatkan pelanggan baru
S2	Mempunyai kualitas produk yang baik
S3	Hubungan dengan <i>customer</i> , <i>supplier</i> , dan rekan bisnis cukup baik
S4	Menjual produk dengan <i>brand</i> ternama
<b>Faktor Kelemahan</b>	
W1	Kemungkinan <i>costumer</i> dapat berpindah ke pesaing lain yang menawarkan produk yang sama dengan RBMS
W2	<i>Costumer</i> yang kurang memahami <i>brand</i> dan kualitas produk
W3	<i>Costumer</i> banyak yang tidak mengetahui RBMS juga menjual produk HPAI
W4	Sebagian <i>costumer</i> menganggap harga bandrol dari <i>brand</i> cukup mahal

**Tabel 3.10.** Variabel Faktor Strategis Eksternal (EFAS)

Notasi	Variabel
<b>Faktor Peluang</b>	
O1	Dapat melayani <i>costumer</i> diluar provinsi Riau dengan menggunakan layanan JNE dan JNT
O2	Menerima <i>costumer</i> diluar provinsi Riau yang ingin bergabung menjadi agen, dan <i>reseller</i>
O3	Boomingnya dunia <i>fashion</i> dimata masyarakat
O4	Lokasi bisnis yang strategis
<b>Faktor Ancaman</b>	
F1	Tawaran harga yang lebih murah dari pesaing
F2	<i>Costumer</i> yang melakukan tawar menawar pada produk
F3	Selera <i>costumer</i> yang berbeda-beda
F4	Cukup banyaknya pesaing dibidang <i>fashion</i>

### 3.2.3.4 Matrik SWOT

Matrik SWOT digunakan untuk menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan menggunakan strategi SO, W-O, S-T, dan W-T yang mengasilkan empat set kemungkinan alternatif





strategis. Empat set strategi tersebut adalah:

1. Strategi SO, yaitu strategi yang digunakan berdasarkan jalan pikiran organisasi, dengan memanfaatkan seluruh kekuatan organisasi yang digunakan memanfaatkan peluang yang sebesar-besarnya.
2. Strategi ST, strategi ini digunakan perusahaan dengan memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi ancaman.
3. Strategi WO, strategi ini digunakan untuk mengatasi kelemahan peluang dengan cara memanfaatkan peluang.
4. Strategi WT, strategi ini digunakan untuk meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

### 3.2.3.5 Matrik *Grand Strategy*

Matriks *grand strategy* digunakan untuk mengetahui dimana letak posisi sebuah perusahaan. Untuk mengetahui letak suatu perusahaan digambarkan dengan membuat empat kuadran yaitu kuadran I yaitu jika kekuatan berada pada sumbu positif  $x$  dan sumbu positif  $y$  hasilnya yaitu posisi strategi yang *agresif*. Kuadran II ancaman berada pada sumbu positif  $x$  dan sumbu negatif  $y$  hasilnya yaitu posisi strategi yang *defferensiasi*. Kuadran III kelemahan berada pada sumbu negatif  $x$  dan sumbu negatif  $y$  hasilnya yaitu posisi strategi yang *defensif*. Selanjutnya kuadran IV peluang berada pada sumbu negatif  $x$  dan sumbu negatif  $y$  hasilnya yaitu posisi strategi yang *turnaround*. Untuk mengetahui matrik *grand strategy* ini digunakan rumus pada Persamaan 2.1.

Nilai pada rumus S adalah nilai yang didapat dari total jumlah nilai skor dari kekuatan (*strength*), dikurang dengan nilai pada rumus W yang didapat dari total jumlah skor nilai dari kelemahan (*weakness*) yang dibagi dua, hasilnya merupakan titik koordinat pada sumbu  $x$ . Selanjutnya ntuk nilai pada rumus O adalah nilai yang didapat dari total jumlah nilai skor dari peluang (*opportunities*), dikurang dengan nilai pada rumus T yang didapat dari total jumlah skor nilai dari ancaman (*threats*) yang dibagi dua, hasilnya merupakan titik koordinat pada sumbu  $y$ .

### 3.3 Penentuan Nilai Prioritas Menggunakan Metode TOPSIS

Metode TOPSIS digunakan untuk menentukan jarak terdekat dari solusi ideal positif dan solusi ideal negatif yang didapatkan dari analisa SWOT dengan menentukan metrik IFAS dan EFAS yang bertujuan memudahkan dalam mengambil keputusan alternatif strategi yang diinginkan oleh RBMS. penggunaan metode TOPSIS bertujuan untuk menentukan nilai prioritas strategi pada Rumah Busana Muslim Salsanafa.

Adapun langkah-langkah untuk melakukan analisa menggunakan metode



TOPSIS adalah sebagai berikut:

1. Membuat matrik keputusan untuk alternatif.
2. Menghitung matrik keputusan ternormalisasi.
3. Menghitung matrik keputusan ternormalisasi terbobot.
4. Menghitung matrik solusi ideal positif dan matrik solusi ideal negatif.
5. Menhitung jarak nilai alternatif dengan matrik solusi ideal positif dan matriks solusi ideal negatif.
6. Menentukan nilai preferensi untuk setiap alternatif.

### 3.4 Hasil Analisa

Pada hasil analisa BMC digunakan untuk memberikan gambaran apa yang dapat dilakukan dimasa yang akan datang tentang inovasi-inovasi produk, segment pelanggan, perluasan jaringan, dan peluang-peluang lainnya yang dipetakan secara sederhana dalam bentuk *canvas*. BMC memiliki sembilan elemen yang dapat memetakan seluruh aktivitas perusahaan.

BMC pada RBMS digunakan untuk melihat secara keseluruhan perkembangan bisnis yang berjalan saat ini dan dijadikan sebagai dasar pengembangan BMC usulan. BMC ini dikembangkan dengan mempertimbangkan usulan rencana strategis yang didapat dari analisa SWOT dan menentukan nilai prioritas strategi pada RBMS dengan menentukan perangkingan menggunakan TOPSIS. Model *canvas* ini nantinya akan memberikan sebuah gambaran berbagai elemen yang menggerakkan roda bisnis perusahaan dalam mencapai tujuannya. Bagaimana memperluas segmen pelanggan, bagaimana cara menambahkan nilai terhadap produk, bagaimana RBMS menyampaikan nilai tersebut kepada pelanggan, dan bagaimana RBMS memelihara hubungan dengan pelanggan.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## BAB 5

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa pada penelitian penerapan metode SWOT dan perancangan *business model canvas* sebagai strategi bisnis pada toko Rumah Busana Muslim Salsanafa dapat disimpulkan bahwa:

Strategi terbaik yang diterapkan pada RBMS yaitu strategi *strength-opportunity* (S-O) yaitu meningkatkan pelayanan kepada para pelanggan, memanfaatkan musim tertentu untuk memenuhi permintaan pasar, meningkatkan kualitas produk, dan membuat promosi melalui periklanan. Kriteria prioritas pada RBMS yaitu terdapat pada rangking 1 berada pada alternatif 4 (A4) yaitu membuat promosi melalui periklanan dengan nilai preferensi sebesar 0,760, prioritas dengan rangking 2 berada pada alternatif 1 (A1) yaitu meningkatkan pelayanan kepada para pelanggan dengan nilai preferensi sebesar 0,597, prioritas dengan rangking 3 berada pada alternatif 3 (A3) yaitu meningkatkan kualitas produk dengan nilai preferensi sebesar 0,517, dan prioritas dengan rangking 4 berada pada alternatif 2 (A2) yaitu memanfaatkan musim tertentu untuk memenuhi permintaan pasar dengan nilai preferensi sebesar 0,408.

- Hasil akhir dari pemodelan BMC seperti terlihat pada Gambar 5.1 yang merupakan hasil gambaran usulan pemodelan BMC yang baru pada RBMS. Terdapat beberapa perubahan dengan menambahkan beberapa usulan kedalam elemen-elemen BMC antara lain pada elemen *channels*, mengiklankan produk-produk RBMS kedalam beberapa *platform* sosial media seperti Facebook Ads, Instagram Ads, dan Google Ads. Pada elemen *key activities* yaitu melayani *costumer* dengan baik, sopan, dan bersikap ramah. Pada elemen *value propotision* yaitu membungkus produk dengan kemasan kotak khusus agar terlihat eksklusif atau mewah. Sedangkan pada elemen *revenue streams* dapat menambahkan jenis produk baru seperti menjual bunga aglonema dan menjual gamis malaysia, mengingat pada umumnya pelanggan RBMS adalah kalangan ibu-ibu dan remaja putri.





© Ha

of Sultan Syarif Kasim

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Key Partners	Key Activities	Value Propotision	Costumer Relationships	Costumer Segment
<ul style="list-style-type: none"><li>- Nibras</li><li>- Ethica</li><li>- Next Up</li><li>- Omar</li><li>- Mutif</li><li>- Insire</li><li>- Alnita</li><li>- Belive</li><li>- Endomoda</li><li>- Hana</li><li>- Seply</li><li>- Damoza</li><li>- Hisyam</li><li>- Aurany</li><li>- Muzani</li><li>- AlHaramain</li><li>- Upmore</li><li>- Nibras Hijab</li><li>- Folia</li><li>- Aini</li><li>- Azka</li><li>- Hpai</li><li>- Haitune</li><li>- Orizeeya</li><li>- JNE</li><li>- JNT</li><li>- Indah Kargo</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Menjual barang langsung ke konsumen</li><li>- Menjual barang secara online</li></ul> <p>Melayani costumer dengan baik, sopan, dan bersikap ramah</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Menyediakan berbagai ukuran</li><li>- Brand ternama</li><li>- Kualitas terjamin</li></ul> <p>Membungkus produk dengan kemasan kotak khusus agar terlihat eksklusif atau mewah</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Member</li><li>- Agen</li><li>- Reseller</li></ul> <p>Channels</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Spanduk</li><li>- Instagram</li><li>- Facebook</li><li>- Shoope</li><li>- Whatsapp</li></ul> <ul style="list-style-type: none"><li>- Google Ads</li><li>- Instagram Ads</li><li>- Facebook Ads</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Masyarakat muslim</li><li>- Pria</li><li>- Wanita</li><li>- Anak-anak</li><li>- Pelajar dan mahasiswa</li></ul>
Cost Structure		Revenue Streams		
<ul style="list-style-type: none"><li>- Gaji karyawan</li><li>- Sewa tempat</li><li>- Biaya operasional</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Penjualan busana muslim</li><li>- Penjualan produk herbal</li><li>- Penjualan perlengkapan haji dan umroh</li></ul> <p>Penjualan bunga aglonema</p> <p>Penjualan gamis malaysia</p>			

Gambar 5.1. Business Model Canvas Usulan RBMS



## 5.2 Saran

© Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis memberikan beberapa saran pada penelitian ini sebagai berikut:

Membuat iklan berbayar seperti Google Ads, Instagram Ads, dan Facebook Ads untuk melakukan promosi agar bisa menembus pangsa pasar dan menjangkau *costumer* diluar daerah.

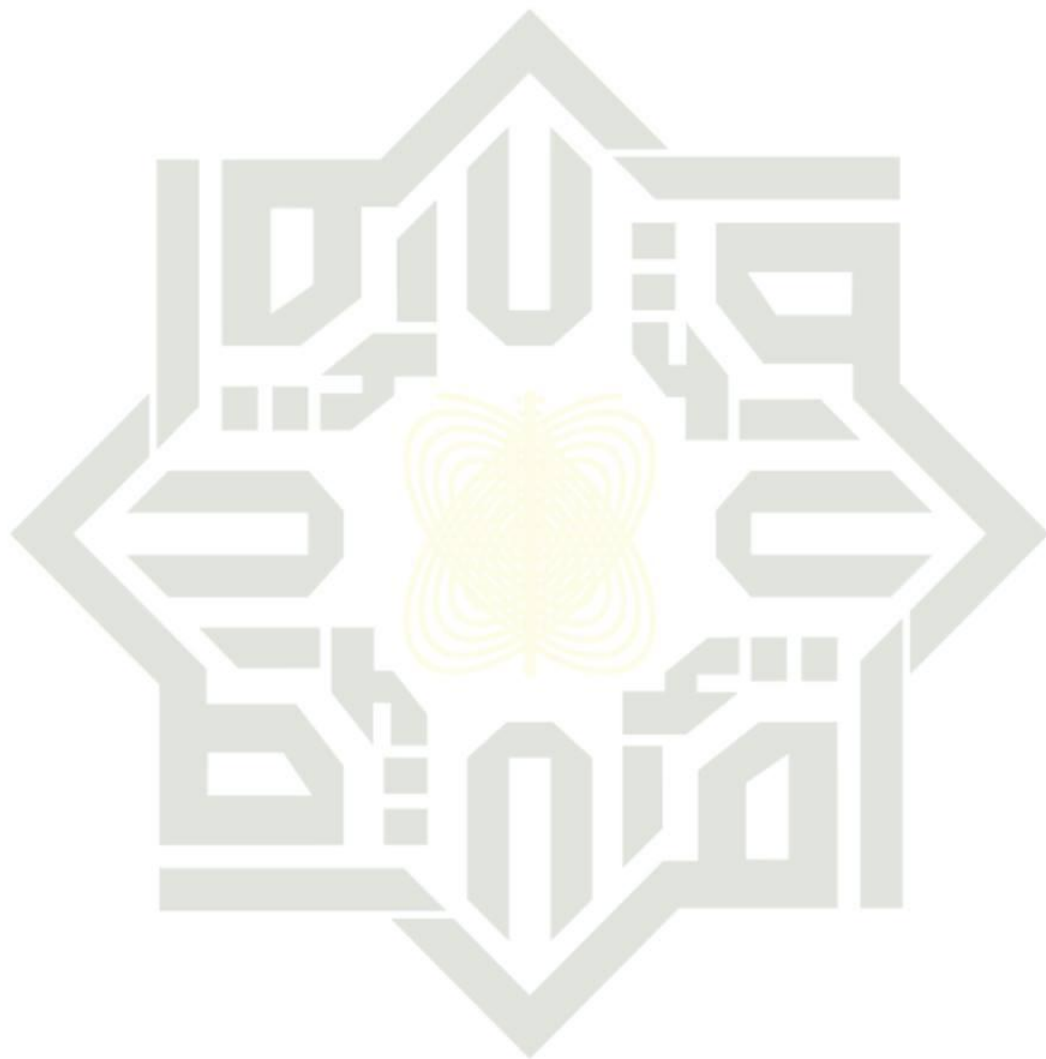
Meningkatkan pelayanan agar *costumer* puas, nyaman, dan senang berbelanja di RBMS.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU



## DAFTAR PUSTAKA

- Abiddin, d. M. I. d. U. D. M., Moh. Zainal. (2016). Pemilihan strategi pemasaran dengan metode swot dan topsis. *Jurnal Teknik Industri*, 18(01), 55–67.
- Alptekin, N. (2013). Integration of swot analysis and topsis method in strategic decision making process. *A multidisciplinary Journal of Global Macro Trends*, 2(7), 1–8.
- Athia, E. d. N. A., Ita dan Saraswati. (2018). Penerapan business model canvas (bmc) untuk mendorong mindset kewirausahaan di kalangan mahasiswa. *Ketahanan Pangan*, 2(1), 66–75.
- Bas, E. (2013). The integrated framework for analysis of electricity supply chain using an integrated swot-fuzzy topsis methodology combined with ahp: The case of turkey. *Electrical Power and Energy Systems*, 44, 897–907.
- Boedianto, L. d. H. D., Priska. (2015). Strategi pengembangan bisnis pada depot selaris dengan pendekatan business model canvas. *AGORA*, 3(2), 623–635.
- Firdayani, d. W. A. S. d. S. C. A. B., Niluh. (2020). Strategi pengembangan usaha dni skincentre renon dengan penerapan metode swot dan topsis. *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri*, 8(1), 69–79.
- Ghorbani, M., Velayati, R., dan Ghorbani, M., M. (2011). Using fuzzy topsis to determine strategy priorities by swot analysis. *International Conference on Financial Management and Economics*, 11, 135–139.
- Gunawan, C. E. P. (2017). Analisis startegi bisnis pada pt. omega internusa sidoarjo. *Agora*, 5(1).
- Harahap, D. d. A. D., Ansari. (2018). Perilaku belanja online di indonesia. *Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(2), 193–213.
- Haratik dan Baroto, T. (2017). Strategi pengembangan bisnis dengan metode business model canvas. *Jurnal Teknik Industri*, 18(18), 113–120.
- Hendri. (2017). Analisis value chain di industri otomotif. *Jurnal Pasti*, 11(1), 55–65.
- Herawati, B. I., Novitha dan Lindriati Triana dan Suryaningrat. (2019). Penerapan bisnis model kanvas dalam penentuan rencana manajemen usaha kedelai edamame goreng. *Jurnal Agroteknologi*, 13(1), 42–51.
- HM R. (2015). Pemasaran udang beku pt. mustika mina nusa aurora tarakan, kalimantan utara. *Jurnal Galung Tropika*, 4(1), 60–67.
- Horvath, o. Z., Dora dan Szabo. (2018). Evolution of photovoltaic business models: Overcoming the main barriers of distributed energy deployment. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 90, 66–75.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Informasi, A. K. (n.d.). *Pengertian busana muslim*. Retrieved from [https://](https://www.kanalinfo.web.id/pengertian-busana-muslim)

© [www.kanalinfo.web.id/pengertian-busana-muslim](https://www.kanalinfo.web.id/pengertian-busana-muslim).

- Kha, A., Muztoba, dan Wuest, T. (2019). Upgradable product-service systems: Implications for business model components. *CIRP Life Cycle Engineering (LCE) Conference*, 80, 768–773.
- Kristiani, P. (2015). Analisa interdependensi antara value chain dan business model pada industri pengolahan makanan. *Agora*, 3(2), 6–11.
- Mahtur, Y. d. H. A., Adkha. (2018). Pengembangan metode topsis dalam kuadran matrik mengatasi permasalahan ruang analisis swot untuk menentukan strategi prioritas dalam upaya mengatasi permasalahan lahan. *Prosiding Seminar Nasional*, –.
- Marisa, J., Syahni, R., Hadiguna, R. A., dan Novialdi. (2017). Analisa strategi rantai nilai (value chain) untuk keunggulan kompetitif melalui pendekatan manajemen biaya pada industri pengolahan ikan. *Journal of Animal and Science Agronomy Panca Budi*, 2(02), 7–17.
- Mathias, W. d. Y. R., Rainaldo dan BM. (2017). Analisis business model canvas pada operator jasa online ride-sharing (studi kasus uber di indonesia). *Sains dan Seni ITS*, 6(2), 235–239.
- Periansya. (2011). Penerapan analisis value chain sebagai strategi manajemen biaya untuk keunggulan kompetitif. *Teknika*, 31(1), 56–60.
- Priyono, F. (2015). Analisa penerapan business model canvas pada toko moi collection. *AGORA*, 3(2), 358–363.
- Rangkuti, F. (2016). *Analisa swot teknik membedah kasus*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Wonodjojo, R., Cynthia Damayanti dan Indriyani. (2017). Analisis pengembangan bisnis dengan pendekatan business model canvas pada ayam goreng sinar pemuda pusat. *AGORA*, 5(3).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## LAMPIRAN A

### HASIL WAWANCARA

#### DAFTAR WAWANCARA

Tujuan penelitian ini adalah menyusun faktor-faktor strategis rencana pengembangan Toko Rumah Busana Muslim Salsanafa. Daftar pertanyaan wawancara dilakukan dengan manager store, ibuk dewi susanti koto, S.Psi.

1. Bagaimana sejarah berdirinya toko rumah busana muslim salsanafa ini ?

**Jawab :** Awal berdiri 1 juni 2013 bertepatan gontor putri buka. Sebelum berdirinya toko rumah busana muslim salsanafa ini awalnya owner kita ibuk mardiana menjual baju dari rumah dengan menawarkan kepada tetangga dan teman-temannya, dulu awalnya masih menggunakan satu ruko dan sekarang sudah berdiri dengan 3 ruko.

2. Apakah posisi toko RBMS ini letaknya strategis atau tidak ?

**Jawab :** Untuk posisi letak lumayan strategis didaerah panam ini, apalagi berdiri didekat perbatasan antara pekanbaru dan kampar, Cuma disini ada kampus uin, mahasiswanya banyak, dan kebutuhan busana muslim serta herbal lumayan banyak peminatnya, dekat dengan beberapa sekolah dan dekat dengan gontor putri.

3. Bagaimana sistem pemasaran pada RBMS agar dapat menarik perhatian pelanggan ?

**Jawab :** Sistem pemasaran kita ada dua yaitu offline dan online, kalau offline yang datang ketoko kita menyiapkan spanduk, brosur, kalau melakukan penjualan memberikan sistem diskon dan promo, kalau online kita menggunakan instagram, facebook, dan market place yaitu menggunakan shoope.

4. Untuk pengiriman online keluar daerah RBMS menggunakan jasa ekspedisi seperti apa?

**Jawab :** Untuk pengiriman RBMS menggunakan jasa ekspedisi JNE, JNT, dan untuk pengiriman barang dalam muatan besar biasanya menggunakan jasa indah kargo.

5. Dari sejak berdirinya RBMS apa yang menjadi kendala terkait pemasaran dan promosinya ?

**Jawab :** Kendala yaitu keterbatasan sumber daya manusia (SDM) apalagi dibidang online, karna untuk online kita baru merintis dalam beberapa tahun ini yaitu sejak masa covid 19 ini dimana orang-orang tidak boleh keluar rumah dan melakukan belanja via





### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

online, sejak itu kita harus gesit dibidang online makanya kita butuh pada bidang SDM, yaitu dengan butuh skill dibidang desain, butuh komunikasi yang bagus pada pada bidang online, walaupun kita tidak melakukan tatap muka langsung dengan costumer tapi bisa menjualkan barang.

6. Bagaimana cara RBMS menyampaikan promosi barang kepada costumer ?

**Jawab :** Promosi online untuk saat kita menggunakan instagram, facebook, whatsapp, dan shopee, selain itu kita menggunakan iklan berbayar di facebook, kalau untuk offline biasanya pembeli datang ke toko kita pun harus bisa memberikan pelayanan yang baik agar costumer puas berbelanja ditoko ini.

7. Manakah yang lebih efektif berkomunikasi secara langsung dengan costumer atau dengan menggunakan sosial media ?

**Jawab :** Sebenarnya soal efektif atau tidak ini tergantung pada costumer, karna costumer ini berbeda-beda karakter dan cara komunikasinya, kalau offline ini lebih efektif kita bisa berkomunikasi secara langsung, lebih efektif juga, kalau online ini sifatnya lebih kondisional tergantung orangnya, kalau dilihat pada masa pandemi ini orang lebih jarang keluar secara ekonomi pendapatan lebih kurang, orang pun lebih berhati- hati untuk keluar dan orang pun mengalihkan pembelanjaan ke online.

8. Apa ada hambatan dalam menjalankan usaha tersebut? Dan bagaimana cara untuk mengatasi hambatan yang diterima ?

**Jawab :** Kalau sejauh ini hambatan belum ada, sampai operasional terhenti belum ada kalau masalah teknis masih bisa diatasi.

9. Apakah ada hari-hari tertentu atau kondisi tertentu yang bisa memberikan peluang pada perusahaan untuk mendapatkan penjualan lebih besar?

**Jawab :** Pasti ada peluang apalagi kita menjual busana muslim, momennya itu dilebaran idul fitri dan idul adha.

10. Peluang seperti apa yang bisa memberikan perusahaan untuk meningkatkan penjualannya dizaman IT yang semakin canggih ini?

**Jawab :** Kalau untuk penjualan ada peluangnya apalagi melakukan penjualan online pada market place yaitu shoope dan facebook kita bisa menjangkau costumer diluar daerah





### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pekanbaru, bahkan costumer kita ada dijawab bahkan dikalimantan itu dari via online shoope, dan facebook.

11. Apakah yang membedakan toko RBMS ini dengan toko busana muslim lainnya? Apa ada produk unggulan dari RBMS yang bisa membuat costumer untuk balik berbelanja di RBMS?

**Jawab :** Keunggulan dari toko lainnya kita menjual barang bermerk, produk dan kualitas terjamin, bagi costumer yang berbelanja tidak ada kecewa dengan kualitasnya dan membuat costumer balik lagi ke toko untuk berbelanja.

12. Bagaimana RBMS mempertahankan pelanggan yang ada sekaligus meningkatkan pelanggan ?

**Jawab :** Cara mempertahankan pelanggan yaitu memberikan sistem diskon pelanggan, dan kalau untuk costumer yang udah menjadi pelanggan tetap kita memberikan bonus.

13. Apakah produk yang dijual di RBMS ini sepenuhnya dikenali oleh seluruh masyarakat dipekanbaru?

**Jawab :** Iya, apalagi dari produsen kita sendiri mereka juga mempunyai media pemasaran online dan mereka juga memperkenalkan merk mereka apalagi kita distributor kita pun membantu memperkenalkan kepada costumer dan sekarang kita pun sering mempunyai costumer baru.

14. Selain menjual busana muslim, apakah RBMS menjual produk lain selain busana muslim ?

**Jawab :** kalau dulu RBMS hanya khusus menjual busana muslim, untuk saat ini RBMS juga menjual accessories, sepatu sesuai dari brand yang mengeluarkan produk ini, serta juga ada herbal.

15. Apakah masih ada costumer yang kurang memahami brand dan kualitas produk yang dijual di RBMS ?

**Jawab :** Masih ada, apalagi bagi orang-orang yang sudah biasa belanja dipasar tiba berbelanja di RBMS ini kadang kaget, apalagi harga di RBMS ini sudah menggunakan harga bandrol yang berbeda dengan harga pasar kadang tidak cocok dimereka karna bagi mereka harganya kemahalan, tetapi kita menjual dengan brand dan kualitas yang





### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terjamin, bukan itu saja kita juga memberikan diskon bagi para costumer, tetapi kalau untuk khusus produk nibras kita memberikan diskon jika sudah menjadi member karna itu ketentuan dari produsen nibrasnya.

16. Apakah masih ada costumer yang tidak mengetahui bahwa RBMS selain menjual pakaian muslim juga menjual obat herbal ?

**Jawab :** masih ada apalagi jika mereka melihat dari luar toko mereka juga mengiranya RBMS hanya menjual pakaian muslim apalagi spaduk diluar toko lebih dominannya dengan merk baju muslim, tetapi jika mereka sudah masuk ke toko mereka baru mengetahui bahwa RBMS juga menjual obat herbal.

17. Bagaimana dengan harga barang yang dijual di RBMS ? apakah harganya termasuk murah atau tidak dan masih adakah pelanggan yang melakukan tawar menawar?

**Jawab :** Harganya lumayan mahal karna kita menggunakan harga bandrol, untuk beberapa costumer yg sudah terbiasa berbelanja dipasar melakukan tawar menawar dan mereka juga melakukan tawar menawar ditoko ini tetapi kita tidak bisa menurunkan harga karna kita sudah ditetapkan dengan harga bandrol. Terkadang juga customer membanding-bandingkan harga toko ini dengan toko yang lain.

18. Berapa jumlah karyawan yang dimiliki RBMS serta tugas dari masing-masing karyawan ?

**Jawab :** Untuk karyawan saat ini ada 6 orang, manager store yang mengantur semua tugasnya karyawan pada bidang masing-masing seperti ada yang bertugas divisi online untuk melakukan pemasaran online, kasir, admin jaringan yang berguna melakukan pelayanan kepada agen dan reseller, serta karyawan untuk melayani pelayanan. Dan untuk saat ini 6 orang karyawan ini masih kurang apalagi terkhusus dibulan ramadhan penjualan kita meningkat dan membutuhkan tenaga kerja.

19. Apakah ada hambatan bagi RBMS dalam mempertahankan kualitas barang ?

**Jawab :** Kalau untuk kualitas kita tidak ada kendala karna untuk stok-stok barang ini kita sudah memiliki stok barang pada rak-rak khususnya.

20. Bagaimana RBMS mempertahankan pelanggan yang ada sekaligus meningkatkan pelanggan ?



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Jawab :** Untuk mempertahankan pelanggan dengan memberikan diskon, bonus kepada costumer, dan pada RBMS kita lebih menekankan kepada pelayanan agar costumer puas berbelanja, nyaman dan senang berbelanja di RBMS.

21. Bagaimana dengan ketersediaan produk? Apakah RBMS memilih agen atau mitra bisnis lain yang dapat bekerja sama ?

**Jawab :** RBMS ini distributor yang langsung mendapatkan barang dari produsen, kemudian RBMS ini yang menyalurkan barang kepada agen dan reseller kita dari berbagai daerah seperti, aceh, medan, sumbar, dan untuk daerah riau hampir seluruh ada agen dan reseller kita.

22. Dalam melakukan aktivitas tentunya ada biaya yang harus dikeluarkan itu seperti apa saja ? dan berapa kisaran pengeluarannya setiap bulan ?

**Jawab :** Kalau untuk pengeluarannya tidak terbayang berapa jumlah nominalnya, tetapi kalau biaya yang dikeluarkan itu seperti membayar gaji 6 orang karyawan, listrik, sewa toko, ATK.

23. Bagaimana pandangan tentang media sosial dengan perkembangan teknologi saat ini?

**Jawab :** Kalau dikaitkan dengan pemasaran teknologi saat ini sangat luar biasa dahsyatnya teknologi pada saat ini karna bukan bisa mencapai luar daerah saja tetapi juga mencapai skala dunia, apalagi di zaman era teknologi ini bisa membantu pemasaran pada via online ini, berbeda sebelum zaman era teknologi biasanya hanya menunggu costumer yang datang ketoko tetapi sekarang kita bisa mencari costumer lewat via online.

Pekanbaru, 06 Januari 2021

Dewi Susanti, S.Psi

Manager Store





**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**LAMPIRAN A**  
**BUKTI WAWANCARA**

**SURAT KETERANGAN BUKTI WAWANCARA**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dewi Susanti S.Psi  
Jabatan : Manager Store  
Umur : 28 Thn  
Jenis Kelamin : Perempuan

Menerapkan bahwa mahasiswa yang identitas dibawah ini :

Nama : Syarifah Reni Syafitri  
NIM : 11653203561  
Semester : XI (Sebelas)

Jurusan / Fakultas : Sistem Informasi / Sains dan Teknologi

Judul Tugas Akhir : Penerapan Metode SWOT dan Perancangan Business Model Canvas Sebagai Strategi Bisnis Pada Toko Rumah Busana Muslim Salsanafa

Telah melakukan wawancara penelitian pada toko Rumah Busana Muslim Salsanafa :

Hari / Tanggal : 06 Januari 2021

Tempat : Toko Rumah Busana Muslim Salsanafa

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 08 Januari 2021

Dewi Susanti, S.Psi

Manager Store



## LAMPIRAN B

### PENENTUAN NILAI BOBOT

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**FOCUS GROUP DISCUSSION (FGD)**  
**PENILAIAN BOBOT**  
**Diskusi Faktor Kekuatan (Strenghts)**

Penilaian bobot dilakukan dengan teknik FGD (Focus Group Discussion). Nilai bobot pada setiap variabel dan pada masing-masing faktor jika dijumlahkan tidak boleh lebih dari 1.00.

Nama :	Mardiana, M.A
Jabatan :	owner
Paraf :	

Skala Acuan :

Skala	Keterangan
Angka 1	Jika indikator horizontal kurang penting dari pada indikator vertikal
Angka 2	Jika indikator horizontal sama pentingnya dengan indikator vertikal
Angka 3	Jika indikator horizontal lebih penting dari pada indikator vertikal

Penilaian Bobot :

Indikator	A	B	C	D	Jumlah	Bobot
A		2	3	2	7	0,241
B	3		2	2	7	0,241
C	3	2		2	7	0,241
D	2	3	3		8	0,275
Total	8	7	8	6	29	1.00

1. Mudah mendapatkan pelanggan baru.
  - A. Mendapatkan pelanggan baru. (3) Kualitas produk yang baik.
  - B. Mendapatkan pelanggan baru (3) Memiliki hubungan dengan costumer, supplier, dan rekan bisnis yang cukup baik.
  - C. Mendapatkan pelanggan baru (3) Produk dengan brand ternama.
  - D. Mendapatkan pelanggan baru (2) Produk dengan brand ternama.
2. Mempunyai kualitas produk yang baik.
  - A. Kualitas produk yang baik (2) Mendapatkan pelanggan baru.
  - B. Kualitas produk yang baik (2) Kualitas produk yang baik.
  - C. Kualitas produk yang baik (2) Memiliki hubungan dengan costumer, supplier, dan rekan bisnis yang cukup baik.
  - D. Kualitas produk yang baik (3) Produk dengan brand ternama.

3. Hubungan dengan customer, supplier, dan rekan bisnis cukup baik.
  - A. Memiliki hubungan dengan costumer, supplier, dan rekan bisnis yang cukup baik (3) Mendapatkan pelanggan baru.
  - B. Memiliki hubungan dengan costumer, supplier, dan rekan bisnis yang cukup baik (2) Kualitas produk yang baik.
  - C. Memiliki hubungan dengan costumer, supplier, dan rekan bisnis yang cukup baik (2) Kualitas produk yang baik.
  - D. Memiliki hubungan dengan costumer, supplier, dan rekan bisnis yang cukup baik (3) Produk dengan brand ternama.
4. Menjual produk dengan brand ternama.
  - A. Produk dengan brand ternama (2) Mendapatkan pelanggan baru.
  - B. Produk dengan brand ternama (2) Kualitas produk yang baik.
  - C. Produk dengan brand ternama (2) Memiliki hubungan dengan costumer, supplier, dan rekan bisnis yang cukup baik.
  - D. Produk dengan brand ternama.





### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### FOCUS GROUP DISCUSSION (FGD)

##### PENILAIAN BOBOT

##### Diskusi Faktor Kelemahan (Weakness)

Penilaian Bobot :

Indikator	A	B	C	D	Jumlah	Bobot
A		2	2	2	6	0,222
B	3		2	2	7	0,259
C	3	3		2	8	0,296
D	3	1	2		6	0,222
Total	9	6	6	6	27	1,00

1. Kemungkinan customer dapat berpindah ke pesaing lain yang menawarkan produk yang sama dengan RBMS.
  - A. Customer berpindah ke pesaing lain yang menawarkan produk yang sama dengan RBMS. (3)
  - B. Customer berpindah ke pesaing lain yang menawarkan produk yang sama dengan RBMS (3) Customer kurang memahami brand dan kualitas produk.
  - C. Customer berpindah ke pesaing lain yang menawarkan produk yang sama dengan RBMS (3) Customer tidak mengetahui RBMS juga menjual produk HPAI.
  - D. Customer berpindah ke pesaing lain yang menawarkan produk yang sama dengan RBMS (3) Customer menganggap harga bandrol dari brand cukup mahal.
2. Customer yang kurang memahami brand dan kualitas produk.
  - A. Customer kurang memahami brand dan kualitas produk (2) Customer berpindah ke pesaing lain yang menawarkan produk yang sama dengan RBMS.
  - B. Customer kurang memahami brand dan kualitas produk.
  - C. Customer kurang memahami brand dan kualitas produk (3) Customer tidak mengetahui RBMS juga menjual produk HPAI.
  - D. Customer kurang memahami brand dan kualitas produk (1) Customer menganggap harga bandrol dari brand cukup mahal.
3. Customer banyak yang tidak mengetahui RBMS juga menjual produk HPAI.

- A. Customer tidak mengetahui RBMS juga menjual produk HPAI (2)
- Customer berpindah ke pesaing lain yang menawarkan produk yang sama dengan RBMS.
- B. Customer tidak mengetahui RBMS juga menjual produk HPAI (2)
- Customer kurang memahami brand dan kualitas produk.
- C. Customer tidak mengetahui RBMS juga menjual produk HPAI.
- D. Customer tidak mengetahui RBMS juga menjual produk HPAI (2)
- Customer menganggap harga bandrol dari brand cukup mahal.
4. Sebagian customer menganggap harga bandrol dari brand cukup mahal.
  - A. Customer menganggap harga bandrol dari brand cukup mahal (2)
  - Customer berpindah ke pesaing lain yang menawarkan produk yang sama dengan RBMS.
  - B. Customer menganggap harga bandrol dari brand cukup mahal (2)
  - Customer kurang memahami brand dan kualitas produk.
  - C. Customer menganggap harga bandrol dari brand cukup mahal (2)
  - Customer tidak mengetahui RBMS juga menjual produk HPAI.
  - D. Customer menganggap harga bandrol dari brand cukup mahal.





### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### FOCUS GROUP DISCUSSION (FGD)

#### PENILAIAN BOBOT

#### Diskusi Faktor Peluang (Opportunities)

Penilaian Bobot :

Indikator	A	B	C	D	Jumlah	Bobot
A		3	1	3	7	0,291
B	1		2	2	5	0,208
C	2	3		1	6	0,25
D	2	2	2		6	0,25
Total	5	8	5	6	24	1,00

1. Dapat melayani costumer di luar provinsi pekanbaru dengan menggunakan layanan JNE dan JNT.
  - A. Melayani costumer di luar provinsi pekanbaru menggunakan layanan JNE dan JNT.
  - B. Melayani costumer di luar provinsi pekanbaru menggunakan layanan JNE dan JNT (1.) Menerima costumer luar provinsi riau yang ingin bergabung menjadi agen dan reseller.
  - C. Melayani costumer di luar provinsi pekanbaru menggunakan layanan JNE dan JNT (2.) Boomingnya fashion di mata masyarakat.
  - D. Melayani costumer di luar provinsi pekanbaru menggunakan layanan JNE dan JNT (2.) Lokasi yang strategis.
2. Menerima costumer di luar provinsi riau yang ingin bergabung menjadi agen dan reseller.
  - A. Menerima costumer luar provinsi riau yang ingin bergabung menjadi agen dan reseller (3.) Melayani costumer di luar provinsi pekanbaru menggunakan layanan JNE dan JNT.
  - B. Menerima costumer luar provinsi riau yang ingin bergabung menjadi agen dan reseller.
  - C. Menerima costumer luar provinsi riau yang ingin bergabung menjadi agen dan reseller (3.) Boomingnya fashion di mata masyarakat.
  - D. Menerima costumer luar provinsi riau yang ingin bergabung menjadi agen dan reseller (2.) Lokasi yang strategis.
3. Boomingnya dunia fashion di mata masyarakat.

- A. Boomingnya fashion di mata masyarakat (1.) Melayani costumer di luar provinsi pekanbaru menggunakan layanan JNE dan JNT.
- B. Boomingnya fashion di mata masyarakat (2.) Menerima costumer luar provinsi riau yang ingin bergabung menjadi agen dan reseller.
- C. Boomingnya fashion di mata masyarakat.
- D. Boomingnya fashion di mata masyarakat (2.) Lokasi yang strategis.
4. Lokasi bisnis yang strategis.
  - A. Lokasi yang strategis (3.) Melayani costumer di luar provinsi pekanbaru menggunakan layanan JNE dan JNT.
  - B. Lokasi yang strategis (2.) Menerima costumer luar provinsi riau yang ingin bergabung menjadi agen dan reseller.
  - C. Lokasi yang strategis (1.) Boomingnya fashion di mata masyarakat.
  - D. Lokasi yang strategis.



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### FOCUS GROUP DISCUSSION (FGD)

#### PENILAIAN BOBOT

#### Diskusi Faktor Ancaman (Threats)

Penilaian Bobot :

Indikator	A	B	C	D	Jumlah	Bobot
A		2	1	1	4	0.2
B	2		1	1	5	0.25
C	2	1		1	5	0.25
D	2	2	2		6	0.3
Total	8	5	4	3	20	1.00

1. Tawaran harga yang lebih murah dari pesaing.
  - A. Harga lebih murah dari pesaing.
  - B. Harga lebih murah dari pesaing (3) Costumer melakukan tawar menawar pada produk.
  - C. Harga lebih murah dari pesaing (3) Selera costumer berbeda-beda.
  - D. Harga lebih murah dari pesaing (2) Banyak pesaing dibidang fashion.
2. Costumer yang melakukan tawar menawar pada produk.
  - A. Costumer melakukan tawar menawar pada produk (2) Harga lebih murah dari pesaing.
  - B. Costumer melakukan tawar menawar pada produk.
  - C. Costumer melakukan tawar menawar pada produk (1) Selera costumer berbeda-beda.
  - D. Costumer melakukan tawar menawar pada produk (2) Banyak pesaing dibidang fashion.
3. Selera costumer yang berbeda-beda.
  - A. Selera costumer berbeda-beda (1) Harga lebih murah dari pesaing.
  - B. Selera costumer berbeda-beda (1) Costumer melakukan tawar menawar pada produk.
  - C. Selera costumer berbeda-beda.
  - D. Selera costumer berbeda-beda (2) Banyak pesaing dibidang fashion.
4. Cukup banyaknya pesaing dibidang fashion.
  - A. Banyak pesaing dibidang fashion (1) Harga lebih murah dari pesaing.
  - B. Banyak pesaing dibidang fashion (1) Costumer melakukan tawar menawar pada produk.

- C. Banyak pesaing dibidang fashion (1) Selera costumer berbeda-beda.
- D. Banyak pesaing dibidang fashion.





## LAMPIRAN C

### PENENTUAN NILAI RATING

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**FOCUS GROUP DISCUSSION (FGD)**

**PENILAIAN RATING**

**Kekuatan (Strengths), Kelemahan (Weakness), Peluang (Opportunities), dan Ancaman (Threats)**

Penilaian rating dilakukan dengan teknik FGD (Focus Group Discussion). Masing-masing peserta diskusi memberikan penilaian kepada setiap variabel. Pada faktor kekuatan dan peluang penilaian dimulai dengan skala 4 yaitu sangat penting sampai 1 yaitu tidak penting.

Nama :	Mardiana, M.A
Jabatan :	Owner
Tanggal :	1-05-2021
Paraf :	

**Skala Prioritas Kekuatan dan Peluang :**

Skala	Keterangan
Angka 4	Sangat Penting
Angka 3	Penting
Angka 2	Kurang Penting
Angka 1	Tidak Penting

**Skala Prioritas Kelemahan dan Ancaman :**

Skala	Keterangan
Angka 1	Sangat Penting
Angka 2	Penting
Angka 3	Kurang Penting
Angka 4	Tidak Penting

Pertanyaan	SP	P	KP	TP
<b>Kekuatan (Strength)</b>				
A. Mudah mendapatkan pelanggan baru	✓			
B. Mempunyai kualitas produk yang baik	✓			

C. Hubungan dengan customer, supplier, dan rekan bisnis cukup baik	✓			
D. Menjual produk dengan brand ternama	✓			
<b>Kelemahan (Weakness)</b>				
A. Kemungkinan customer dapat berpindah ke pesaing lain yang menawarkan produk yang sama dengan RBMS	✓			
B. Customer yang kurang memahami brand dan kualitas produk		✓		
C. Customer banyak yang tidak mengetahui RBMS juga menjual produk HPAI		✓		
D. Sebagian customer menganggap harga bandrol dari brand cukup mahal	✓			
<b>Peluang (Opportunities)</b>				
A. Dapat melayani customer di luar provinsi pekanbaru dengan menggunakan layanan JNE dan JNT	✓			
B. Menerima customer di luar provinsi riau yang ingin bergabung menjadi agen dan reseller	✓			
C. Boomingnya dunia fashion di mata masyarakat	✓			
D. Lokasi bisnis yang strategis	✓			
<b>Ancaman (Threats)</b>				
A. Tawaran harga yang lebih murah dari pesaing	✓			
B. Customer yang melakukan tawar menawar pada produk			✓	
C. Selera customer yang berbeda-beda	✓			
D. Cukup banyaknya pesaing dibidang fashion	✓			





### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### FOCUS GROUP DISCUSSION (FGD)

##### PENILAIAN RATING

##### Kekuatan (Strenghts), Kelemahan (Weakness), Peluang (Opportunities), dan Ancaman (Threats)

Penilaian rating dilakukan dengan teknik FGD (Focus Group Discution). Masing-masing peserta diskusi memberikan penilaian kepada setiap variabel. Pada faktor kekuatan dan peluang penilaian dimulai dengan skala 4 yaitu sangat penting sampai 1 yaitu tidak penting.

Nama :	Dewi Suranti
Jabatan :	Manager Store
Tanggal :	29-04-2021
Paraf :	

##### Skala Prioritas Kekuatan dan Peluang :

Skala	Keterangan
Angka 4	Sangat Penting
Angka 3	Penting
Angka 2	Kurang Penting
Angka 1	Tidak Penting

##### Skala Prioritas Kelemahan dan Ancaman :

Skala	Keterangan
Angka 1	Sangat Penting
Angka 2	Penting
Angka 3	Kurang Penting
Angka 4	Tidak Penting

Pertanyaan	SP	P	KP	TP
<b>Kekuatan (Strenght)</b>				
A. Mudah mendapatkan pelanggan baru	✓			
B. Mempunyai kualitas produk yang baik		✓		

C. Hubungan dengan customer, supplier, dan rekan bisnis cukup baik	✓			
D. Menjual produk dengan brand ternama	✓			
<b>Kelemahan (Weakness)</b>				
A. Kemungkinan costumer dapat berpindah ke pesaing lain yang menawarkan produk yang sama dengan RBMS	✓			
B. Costumer yang kurang memahami brand dan kualitas produk		✓		
C. Costumer banyak yang tidak mengetahui RBMS juga menjual produk HPAI		✓		
D. Sebagian costumer menganggap harga bandrol dari brand cukup mahal		✓		
<b>Peluang (Opportunities)</b>				
A. Dapat melayani costumer di luar provinsi pekanbaru dengan menggunakan layanan JNE dan JNT	✓			
B. Menerima costumer di luar provinsi riau yang ingin bergabung menjadi agen dan reseller		✓		
C. Boomingnya dunia fashion di mata masyarakat		✓		
D. Lokasi bisnis yang strategis	✓			
<b>Ancaman (Threats)</b>				
A. Tawaran harga yang lebih murah dari pesaing	✓			
B. Costumer yang melakukan tawar menawar pada produk		✓		
C. Selera costumer yang berbeda-beda		✓		
D. Cukup banyaknya pesaing dibidang fashion		✓		



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### FOCUS GROUP DISCUSSION (FGD)

##### PENILAIAN RATING

##### Kekuatan (Strengths), Kelemahan (Weakness), Peluang (Opportunities), dan Ancaman (Threats)

Penilaian rating dilakukan dengan teknik FGD (Focus Group Discussion). Masing-masing peserta diskusi memberikan penilaian kepada setiap variabel. Pada faktor kekuatan dan peluang penilaian dimulai dengan skala 4 yaitu sangat penting sampai 1 yaitu tidak penting.

Nama :	Ambira Puspa Ningrum
Jabatan :	Admin Jaringan
Tanggal :	29 - 04 - 2021
Paraf :	

##### Skala Prioritas Kekuatan dan Peluang :

Skala	Keterangan
Angka 4	Sangat Penting
Angka 3	Penting
Angka 2	Kurang Penting
Angka 1	Tidak Penting

##### Skala Prioritas Kelemahan dan Ancaman :

Skala	Keterangan
Angka 1	Sangat Penting
Angka 2	Penting
Angka 3	Kurang Penting
Angka 4	Tidak Penting

Pertanyaan	SP	P	KP	TP
<b>Kekuatan (Strength)</b>				
A. Mudah mendapatkan pelanggan baru	✓			
B. Mempunyai kualitas produk yang baik	✓			

C. Hubungan dengan customer, supplier, dan rekan bisnis cukup baik	✓			
D. Menjual produk dengan brand ternama		✓		
<b>Kelemahan (Weakness)</b>				
A. Kemungkinan customer dapat berpindah ke pesaing lain yang menawarkan produk yang sama dengan RBMS	✓			
B. Customer yang kurang memahami brand dan kualitas produk	✓			
C. Customer banyak yang tidak mengetahui RBMS juga menjual produk HPAI		✓		
D. Sebagian customer menganggap harga bandrol dari brand cukup mahal		✓		
<b>Peluang (Opportunities)</b>				
A. Dapat melayani customer di luar provinsi pekanbaru dengan menggunakan layanan JNE dan JNT	✓			
B. Menerima customer di luar provinsi riau yang ingin bergabung menjadi agen dan reseller	✓			
C. Boomingnya dunia fashion di mata masyarakat		✓		
D. Lokasi bisnis yang strategis	✓			
<b>Ancaman (Threats)</b>				
A. Tawaran harga yang lebih murah dari pesaing		✓		
B. Customer yang melakukan tawar menawar pada produk			✓	
C. Selera customer yang berbeda-beda		✓		
D. Cukup banyaknya pesaing dibidang fashion	✓			





### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### FOCUS GROUP DISCUSSION (FGD)

##### PENILAIAN RATING

##### Kekuatan (Strengths), Kelemahan (Weakness), Peluang (Opportunities), dan Ancaman (Threats)

Penilaian rating dilakukan dengan teknik FGD (Focus Group Discussion). Masing-masing peserta diskusi memberikan penilaian kepada setiap variabel. Pada faktor kekuatan dan peluang penilaian dimulai dengan skala 4 yaitu sangat penting sampai 1 yaitu tidak penting.

Nama :	Dewira Ningsih
Jabatan :	Admin Online
Tanggal :	29-04-2021
Paraf :	<i>Dewira</i>

##### Skala Prioritas Kekuatan dan Peluang :

Skala	Keterangan
Angka 4	Sangat Penting
Angka 3	Penting
Angka 2	Kurang Penting
Angka 1	Tidak Penting

##### Skala Prioritas Kelemahan dan Ancaman :

Skala	Keterangan
Angka 1	Sangat Penting
Angka 2	Penting
Angka 3	Kurang Penting
Angka 4	Tidak Penting

Pertanyaan	SP	P	KP	TP
<b>Kekuatan (Strength)</b>				
A. Mudah mendapatkan pelanggan baru	✓			
B. Mempunyai kualitas produk yang baik	✓			

C. Hubungan dengan customer, supplier, dan rekan bisnis cukup baik	✓			
D. Menjual produk dengan brand ternama	✓			
<b>Kelemahan (Weakness)</b>				
A. Kemungkinan customer dapat berpindah ke pesaing lain yang menawarkan produk yang sama dengan RBMS		✓		
B. Customer yang kurang memahami brand dan kualitas produk		✓		
C. Customer banyak yang tidak mengetahui RBMS juga menjual produk HPAI	✓			
D. Sebagian customer menganggap harga bandrol dari brand cukup mahal	✓			
<b>Peluang (Opportunities)</b>				
A. Dapat melayani customer di luar provinsi Pekanbaru dengan menggunakan layanan JNE dan JNT	✓			
B. Menerima customer di luar provinsi Riau yang ingin bergabung menjadi agen dan reseller	✓			
C. Boomingnya dunia fashion di mata masyarakat		✓		
D. Lokasi bisnis yang strategis	✓			
<b>Ancaman (Threats)</b>				
A. Tawaran harga yang lebih murah dari pesaing		✓		
B. Customer yang melakukan tawar menawar pada produk	✓			
C. Selera customer yang berbeda-beda	✓			
D. Cukup banyaknya pesaing di bidang fashion	✓			





## LAMPIRAN D

### PERHITUNGAN TOPSIS

Keputusan ternormalisasi pada kriteria kekuatan (*strength*).

$$\begin{aligned} r_{1.2} &= \frac{4}{\sqrt{4^2 + 4^2 + 4^2 + 4^2}} = \frac{4}{\sqrt{64}} = 0,5 \\ r_{1.2} &= \frac{4}{\sqrt{4^2 + 3^2 + 4^2 + 4^2}} = \frac{4}{\sqrt{57}} = 0,529 \\ r_{1.3} &= \frac{4}{\sqrt{4^2 + 4^2 + 4^2 + 3^2}} = \frac{4}{\sqrt{57}} = 0,529 \\ r_{1.4} &= \frac{4}{\sqrt{4^2 + 4^2 + 4^2 + 4^2}} = \frac{4}{\sqrt{64}} = 0,5 \end{aligned} \quad (D.1)$$

$$\begin{aligned} r_{2.1} &= \frac{4}{\sqrt{4^2 + 4^2 + 4^2 + 4^2}} = \frac{4}{\sqrt{64}} = 0,5 \\ r_{2.2} &= \frac{3}{\sqrt{4^2 + 3^2 + 4^2 + 4^2}} = \frac{3}{\sqrt{57}} = 0,397 \\ r_{2.3} &= \frac{4}{\sqrt{4^2 + 4^2 + 4^2 + 3^2}} = \frac{4}{\sqrt{57}} = 0,529 \\ r_{2.4} &= \frac{4}{\sqrt{4^2 + 4^2 + 4^2 + 4^2}} = \frac{4}{\sqrt{64}} = 0,5 \end{aligned} \quad (D.2)$$

$$\begin{aligned} r_{3.1} &= \frac{4}{\sqrt{4^2 + 4^2 + 4^2 + 4^2}} = \frac{4}{\sqrt{64}} = 0,5 \\ r_{3.2} &= \frac{3}{\sqrt{4^2 + 3^2 + 4^2 + 4^2}} = \frac{4}{\sqrt{57}} = 0,397 \\ r_{3.3} &= \frac{4}{\sqrt{4^2 + 4^2 + 4^2 + 3^2}} = \frac{4}{\sqrt{57}} = 0,529 \\ r_{3.4} &= \frac{4}{\sqrt{4^2 + 4^2 + 4^2 + 4^2}} = \frac{4}{\sqrt{64}} = 0,5 \end{aligned} \quad (D.3)$$

UIN SUSKA RIAU

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$\begin{aligned}
 r_{4.1} &= \frac{4}{\sqrt{4^2 + 4^2 + 4^2 + 4^2}} = \frac{4}{\sqrt{64}} = 0,5 \\
 r_{4.2} &= \frac{4}{\sqrt{4^2 + 3^2 + 4^2 + 4^2}} = \frac{4}{\sqrt{57}} = 0,529 \\
 r_{4.3} &= \frac{3}{\sqrt{4^2 + 4^2 + 4^2 + 3^2}} = \frac{3}{\sqrt{57}} = 0,397 \\
 r_{4.4} &= \frac{4}{\sqrt{4^2 + 4^2 + 4^2 + 4^2}} = \frac{4}{\sqrt{64}} = 0,5
 \end{aligned}$$

(D.4)

Keputusan ternormalisasi pada kriteria kelemahan (*weakness*).

$$\begin{aligned}
 r_{1.1} &= \frac{1}{\sqrt{1^2 + 2^2 + 2^2 + 1^2}} = \frac{1}{\sqrt{10}} = 0,316 \\
 r_{1.2} &= \frac{1}{\sqrt{1^2 + 2^2 + 2^2 + 1^2}} = \frac{1}{\sqrt{10}} = 0,316 \\
 r_{1.3} &= \frac{1}{\sqrt{1^2 + 1^2 + 2^2 + 2^2}} = \frac{1}{\sqrt{10}} = 0,316 \\
 r_{1.4} &= \frac{2}{\sqrt{2^2 + 2^2 + 1^2 + 1^2}} = \frac{2}{\sqrt{10}} = 0,632
 \end{aligned}$$

(D.5)

$$\begin{aligned}
 r_{2.1} &= \frac{2}{\sqrt{1^2 + 2^2 + 2^2 + 1^2}} = \frac{2}{\sqrt{10}} = 0,632 \\
 r_{2.2} &= \frac{2}{\sqrt{1^2 + 2^2 + 2^2 + 1^2}} = \frac{2}{\sqrt{10}} = 0,632 \\
 r_{2.3} &= \frac{1}{\sqrt{1^2 + 1^2 + 2^2 + 2^2}} = \frac{1}{\sqrt{10}} = 0,316 \\
 r_{2.4} &= \frac{2}{\sqrt{2^2 + 2^2 + 1^2 + 1^2}} = \frac{2}{\sqrt{10}} = 0,632
 \end{aligned}$$

(D.6)



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$\begin{aligned}
 r_{3.1} &= \frac{2}{\sqrt{1^2 + 2^2 + 2^2 + 1^2}} = \frac{2}{\sqrt{10}} = 0,632 \\
 r_{3.2} &= \frac{2}{\sqrt{1^2 + 2^2 + 2^2 + 1^2}} = \frac{2}{\sqrt{10}} = 0,632 \\
 r_{3.3} &= \frac{2}{\sqrt{1^2 + 1^2 + 2^2 + 2^2}} = \frac{2}{\sqrt{10}} = 0,632 \\
 r_{3.4} &= \frac{1}{\sqrt{2^2 + 2^2 + 1^2 + 1^2}} = \frac{1}{\sqrt{10}} = 0,316
 \end{aligned}$$

(D.7)

$$\begin{aligned}
 r_{4.1} &= \frac{1}{\sqrt{1^2 + 2^2 + 2^2 + 1^2}} = \frac{1}{\sqrt{10}} = 0,316 \\
 r_{4.2} &= \frac{1}{\sqrt{1^2 + 2^2 + 2^2 + 1^2}} = \frac{1}{\sqrt{10}} = 0,316 \\
 r_{4.3} &= \frac{2}{\sqrt{1^2 + 1^2 + 2^2 + 2^2}} = \frac{2}{\sqrt{10}} = 0,632 \\
 r_{4.4} &= \frac{1}{\sqrt{2^2 + 2^2 + 1^2 + 1^2}} = \frac{1}{\sqrt{10}} = 0,316
 \end{aligned}$$

(D.8)

3. Keputusan ternormalisasi pada kriteria peluang (*opportunity*).

$$\begin{aligned}
 r_{1.1} &= \frac{4}{\sqrt{4^2 + 4^2 + 4^2 + 4^2}} = \frac{4}{\sqrt{64}} = 0,5 \\
 r_{1.2} &= \frac{4}{\sqrt{4^2 + 3^2 + 3^2 + 4^2}} = \frac{4}{\sqrt{50}} = 0,565 \\
 r_{1.3} &= \frac{4}{\sqrt{4^2 + 4^2 + 3^2 + 4^2}} = \frac{4}{\sqrt{57}} = 0,529 \\
 r_{1.4} &= \frac{4}{\sqrt{4^2 + 4^2 + 3^2 + 4^2}} = \frac{4}{\sqrt{57}} = 0,529
 \end{aligned}$$

(D.9)





### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$\begin{aligned}
 r_{2.1} &= \frac{4}{\sqrt{4^2 + 4^2 + 4^2 + 4^2}} = \frac{4}{\sqrt{64}} = 0,5 \\
 r_{2.2} &= \frac{3}{\sqrt{4^2 + 3^2 + 3^2 + 4^2}} = \frac{3}{\sqrt{50}} = 0,424 \\
 r_{2.3} &= \frac{4}{\sqrt{4^2 + 4^2 + 3^2 + 4^2}} = \frac{4}{\sqrt{57}} = 0,529 \\
 r_{2.4} &= \frac{4}{\sqrt{4^2 + 4^2 + 3^2 + 4^2}} = \frac{4}{\sqrt{57}} = 0,529
 \end{aligned}$$

(D.10)

$$\begin{aligned}
 r_{3.1} &= \frac{4}{\sqrt{4^2 + 4^2 + 4^2 + 4^2}} = \frac{4}{\sqrt{64}} = 0,5 \\
 r_{3.2} &= \frac{3}{\sqrt{4^2 + 3^2 + 3^2 + 4^2}} = \frac{3}{\sqrt{50}} = 0,424 \\
 r_{3.3} &= \frac{3}{\sqrt{4^2 + 4^2 + 3^2 + 4^2}} = \frac{3}{\sqrt{57}} = 0,397 \\
 r_{3.4} &= \frac{3}{\sqrt{4^2 + 4^2 + 3^2 + 4^2}} = \frac{3}{\sqrt{57}} = 0,397
 \end{aligned}$$

(D.11)

$$\begin{aligned}
 r_{4.1} &= \frac{4}{\sqrt{4^2 + 4^2 + 4^2 + 4^2}} = \frac{4}{\sqrt{64}} = 0,5 \\
 r_{4.2} &= \frac{4}{\sqrt{4^2 + 3^2 + 3^2 + 4^2}} = \frac{4}{\sqrt{50}} = 0,565 \\
 r_{4.3} &= \frac{4}{\sqrt{4^2 + 4^2 + 3^2 + 4^2}} = \frac{4}{\sqrt{57}} = 0,529 \\
 r_{4.4} &= \frac{4}{\sqrt{4^2 + 4^2 + 3^2 + 4^2}} = \frac{4}{\sqrt{57}} = 0,529
 \end{aligned}$$

(D.12)

4. Keputusan ternormalisasi pada kriteria ancaman (*threat*).

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$\begin{aligned}
 r_{1.1} &= \frac{1}{\sqrt{1^2 + 3^2 + 1^2 + 1^2}} = \frac{1}{\sqrt{12}} = 0,288 \\
 r_{1.2} &= \frac{1}{\sqrt{1^2 + 2^2 + 2^2 + 2^2}} = \frac{1}{\sqrt{13}} = 0,277 \\
 r_{1.3} &= \frac{2}{\sqrt{2^2 + 3^2 + 2^2 + 1^2}} = \frac{2}{\sqrt{18}} = 0,471 \\
 r_{1.4} &= \frac{2}{\sqrt{2^2 + 1^2 + 1^2 + 1^2}} = \frac{2}{\sqrt{7}} = 0,755
 \end{aligned}$$

(D.13)

$$\begin{aligned}
 r_{2.1} &= \frac{3}{\sqrt{1^2 + 3^2 + 1^2 + 1^2}} = \frac{3}{\sqrt{12}} = 0,866 \\
 r_{2.2} &= \frac{2}{\sqrt{1^2 + 2^2 + 2^2 + 2^2}} = \frac{2}{\sqrt{13}} = 0,554 \\
 r_{2.3} &= \frac{3}{\sqrt{2^2 + 3^2 + 2^2 + 1^2}} = \frac{3}{\sqrt{18}} = 0,707 \\
 r_{2.4} &= \frac{1}{\sqrt{2^2 + 1^2 + 1^2 + 1^2}} = \frac{1}{\sqrt{7}} = 0,377
 \end{aligned}$$

(D.14)

$$\begin{aligned}
 r_{3.1} &= \frac{4}{\sqrt{4^2 + 4^2 + 4^2 + 4^2}} = \frac{4}{\sqrt{64}} = 0,5 \\
 r_{3.2} &= \frac{3}{\sqrt{4^2 + 3^2 + 3^2 + 4^2}} = \frac{3}{\sqrt{50}} = 0,424 \\
 r_{3.3} &= \frac{3}{\sqrt{4^2 + 4^2 + 3^2 + 4^2}} = \frac{3}{\sqrt{57}} = 0,397 \\
 r_{3.4} &= \frac{3}{\sqrt{4^2 + 4^2 + 3^2 + 4^2}} = \frac{3}{\sqrt{57}} = 0,397
 \end{aligned}$$

(D.15)





### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$\begin{aligned}
 r_{4.1} &= \frac{4}{\sqrt{4^2 + 4^2 + 4^2 + 4^2}} = \frac{4}{\sqrt{64}} = 0,5 \\
 r_{4.2} &= \frac{4}{\sqrt{4^2 + 3^2 + 3^2 + 4^2}} = \frac{4}{\sqrt{50}} = 0,565 \\
 r_{4.3} &= \frac{4}{\sqrt{4^2 + 4^2 + 3^2 + 4^2}} = \frac{4}{\sqrt{57}} = 0,529 \\
 r_{4.4} &= \frac{4}{\sqrt{4^2 + 4^2 + 3^2 + 4^2}} = \frac{4}{\sqrt{57}} = 0,529
 \end{aligned}$$

(D.16)

Keputusan ternormalisasi terbobot pada kriteria kekuatan (*strength*).

$$\begin{aligned}
 y_{1.1} &= 0,241 \times 0,5 = 0,120 \\
 y_{1.2} &= 0,241 \times 0,529 = 0,127 \\
 y_{1.3} &= 0,241 \times 0,529 = 0,127 \\
 y_{1.4} &= 0,275 \times 0,5 = 0,137
 \end{aligned}$$

(D.17)

$$\begin{aligned}
 y_{2.1} &= 0,241 \times 0,5 = 0,120 \\
 y_{2.2} &= 0,241 \times 0,397 = 0,095 \\
 y_{2.3} &= 0,241 \times 0,529 = 0,127 \\
 y_{2.4} &= 0,275 \times 0,5 = 0,137
 \end{aligned}$$

(D.18)

$$\begin{aligned}
 y_{3.1} &= 0,241 \times 0,5 = 0,120 \\
 y_{3.2} &= 0,241 \times 0,529 = 0,127 \\
 y_{3.3} &= 0,241 \times 0,529 = 0,127 \\
 y_{3.4} &= 0,275 \times 0,5 = 0,137
 \end{aligned}$$

(D.19)

UIN SUSKA RIAU

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$\begin{aligned}
 y_{4.1} &= 0,241 \times 0,5 = 0,120 \\
 y_{4.2} &= 0,241 \times 0,529 = 0,127 \\
 y_{4.3} &= 0,275 \times 0,397 = 0,109 \\
 y_{4.4} &= 0,241 \times 0,5 = 0,120
 \end{aligned} \tag{D.20}$$

Keputusan ternormalisasi terbobot pada kriteria kelemahan (*weakness*).

$$\begin{aligned}
 y_{1.1} &= 0,222 \times 0,316 = 0,070 \\
 y_{1.2} &= 0,259 \times 0,316 = 0,081 \\
 y_{1.3} &= 0,296 \times 0,316 = 0,093 \\
 y_{1.4} &= 0,222 \times 0,632 = 0,140
 \end{aligned} \tag{D.21}$$

$$\begin{aligned}
 y_{2.1} &= 0,222 \times 0,632 = 0,140 \\
 y_{2.2} &= 0,259 \times 0,632 = 0,163 \\
 y_{2.3} &= 0,296 \times 0,316 = 0,093 \\
 y_{2.4} &= 0,222 \times 0,632 = 0,140
 \end{aligned} \tag{D.22}$$

$$\begin{aligned}
 y_{3.1} &= 0,222 \times 0,632 = 0,140 \\
 y_{3.2} &= 0,259 \times 0,632 = 0,163 \\
 y_{3.3} &= 0,296 \times 0,632 = 0,187 \\
 y_{3.4} &= 0,222 \times 0,316 = 0,070
 \end{aligned} \tag{D.23}$$

$$\begin{aligned}
 y_{4.1} &= 0,222 \times 0,316 = 0,070 \\
 y_{4.2} &= 0,259 \times 0,316 = 0,081 \\
 y_{4.3} &= 0,296 \times 0,632 = 0,187 \\
 y_{4.4} &= 0,222 \times 0,316 = 0,070
 \end{aligned} \tag{D.24}$$





7. Keputusan ternormalisasi terbobot pada kriteria peluang *opportunity*.

$$\begin{aligned}y_{1.1} &= 0,291 \times 0,5 = 0,145 \\y_{1.2} &= 0,208 \times 0,565 = 0,117 \\y_{1.3} &= 0,25 \times 0,529 = 0,132 \\y_{1.4} &= 0,25 \times 0,529 = 0,132\end{aligned}\quad (D.25)$$

$$\begin{aligned}y_{2.1} &= 0,291 \times 0,5 = 0,145 \\y_{2.2} &= 0,208 \times 0,424 = 0,088 \\y_{2.3} &= 0,25 \times 0,529 = 0,132 \\y_{2.4} &= 0,25 \times 0,529 = 0,132\end{aligned}\quad (D.26)$$

$$\begin{aligned}y_{3.1} &= 0,291 \times 0,5 = 0,145 \\y_{3.2} &= 0,208 \times 0,424 = 0,088 \\y_{3.3} &= 0,25 \times 0,397 = 0,099 \\y_{3.4} &= 0,25 \times 0,397 = 0,099\end{aligned}\quad (D.27)$$

$$\begin{aligned}y_{4.1} &= 0,291 \times 0,5 = 0,145 \\y_{4.2} &= 0,208 \times 0,565 = 0,117 \\y_{4.3} &= 0,25 \times 0,529 = 0,132 \\y_{4.4} &= 0,25 \times 0,529 = 0,132\end{aligned}\quad (D.28)$$

Keputusan ternormalisasi terbobot pada kriteria ancaman (*threat*).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$\begin{aligned}
 y_{1.1} &= 0,2 \times 0,288 = 0,057 \\
 y_{1.2} &= 0,25 \times 0,277 = 0,069 \\
 y_{1.3} &= 0,25 \times 0,471 = 0,117 \\
 y_{1.4} &= 0,3 \times 0,755 = 0,226
 \end{aligned} \tag{D.29}$$

$$\begin{aligned}
 y_{2.1} &= 0,2 \times 0,866 = 0,173 \\
 y_{2.2} &= 0,25 \times 0,554 = 0,138 \\
 y_{2.3} &= 0,25 \times 0,707 = 0,176 \\
 y_{2.4} &= 0,3 \times 0,377 = 0,113
 \end{aligned} \tag{D.30}$$

$$\begin{aligned}
 y_{3.1} &= 0,2 \times 0,288 = 0,057 \\
 y_{3.2} &= 0,25 \times 0,554 = 0,138 \\
 y_{3.3} &= 0,25 \times 0,471 = 0,117 \\
 y_{3.4} &= 0,3 \times 0,377 = 0,113
 \end{aligned} \tag{D.31}$$

$$\begin{aligned}
 y_{4.1} &= 0,2 \times 0,288 = 0,057 \\
 y_{4.2} &= 0,25 \times 0,554 = 0,138 \\
 y_{4.3} &= 0,25 \times 0,235 = 0,058 \\
 y_{4.4} &= 0,3 \times 0,377 = 0,113
 \end{aligned} \tag{D.32}$$

Matrik solusi ideal positif dan matrik solusi ideal negatif pada setiap kriteria.

$$\begin{aligned}
 A^+ &= (0,120; 0,120; 0,120; 0,120) = 0,120(Max) \\
 A^- &= (0,120; 0,120; 0,120; 0,120) = 0,120(Min)
 \end{aligned} \tag{D.33}$$



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$A^+ = (0, 127; 0, 095; 0, 127; 0, 127) = 0, 127(Max)$$

$$A^- = (0, 127; 0, 095; 0, 127; 0, 127) = 0, 127(Min) \quad (D.34)$$

$$A^+ = (0, 127; 0, 127; 0, 127; 0, 109) = 0, 127(Max)$$

$$A^- = (0, 127; 0, 127; 0, 127; 0, 109) = 0, 109(Min) \quad (D.35)$$

$$A^+ = (0, 137; 0, 137; 0, 137; 0, 120) = 0, 137(Max)$$

$$A^- = (0, 137; 0, 137; 0, 137; 0, 120) = 0, 120(Min) \quad (D.36)$$

$$A^+ = (0, 070; 0, 140; 0, 140; 0, 070) = 0, 070(Min)$$

$$A^- = (0, 070; 0, 140; 0, 140; 0, 070) = 0, 140(Max) \quad (D.37)$$

$$A^+ = (0, 081; 0, 163; 0, 163; 0, 081) = 0, 081(Min)$$

$$A^- = (0, 081; 0, 163; 0, 163; 0, 081) = 0, 163(Max) \quad (D.38)$$

$$A^+ = (0, 093; 0, 093; 0, 187; 0, 187) = 0, 093(Min)$$

$$A^- = (0, 093; 0, 093; 0, 187; 0, 187) = 0, 187(Max) \quad (D.39)$$

$$A^+ = (0, 140; 0, 140; 0, 070; 0, 070) = 0, 070(Min)$$

$$A^- = (0, 140; 0, 140; 0, 070; 0, 070) = 0, 140(Max) \quad (D.40)$$

$$A^+ = (0, 145; 0, 145; 0, 145; 0, 145) = 0, 145(Max)$$

$$A^- = (0, 145; 0, 145; 0, 145; 0, 145) = 0, 145(Min) \quad (D.41)$$

$$A^+ = (0, 117; 0, 088; 0, 088; 0, 117) = 0, 117(Max)$$

$$A^- = (0, 117; 0, 088; 0, 088; 0, 117) = 0, 088(Min) \quad (D.42)$$

$$A^+ = (0, 132; 0, 132; 0, 099; 0, 132) = 0, 132(Max)$$

$$A^- = (0, 132; 0, 132; 0, 099; 0, 132) = 0, 099(Min) \quad (D.43)$$



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$A^+ = (0,132;0,132;0,099;0,132) = 0,132(Max)$$

$$A^- = (0,132;0,132;0,099;0,132) = 0,099(Min) \quad (D.44)$$

$$A^+ = (0,057;0,173;0,057;0,057) = 0,057(Min)$$

$$A^- = (0,057;0,173;0,057;0,057) = 0,173(Max) \quad (D.45)$$

$$A^+ = (0,069;0,138;0,138;0,138) = 0,069(Min)$$

$$A^- = (0,069;0,138;0,138;0,138) = 0,138(Max) \quad (D.46)$$

$$A^+ = (0,117;0,176;0,117;0,058) = 0,058(Min)$$

$$A^- = (0,117;0,176;0,117;0,058) = 0,176(Max) \quad (D.47)$$

$$A^+ = (0,226;0,113;0,113;0,113) = 0,113(Min)$$

$$A^- = (0,226;0,113;0,113;0,113) = 0,226(Max) \quad (D.48)$$

10. Jarak setiap alternatif dengan matrik solusi ideal positif.

$$D_1 = \sqrt{(0,120 - 0,120)^2 + (0,127 - 0,127)^2 + (0,127 - 0,127)^2 + (0,137 - 0,137)^2 + (0,070 - 0,070)^2 + (0,081 - 0,081)^2 + (0,093 - 0,093)^2 + (0,070 - 0,140)^2 + (0,145 - 0,145)^2 + (0,117 - 0,117)^2 + (0,132 - 0,132)^2 + (0,132 - 0,132)^2 + (0,057 - 0,057)^2 + (0,069 - 0,069)^2 + (0,058 - 0,117)^2 + (0,113 - 0,226)^2} \quad (D.49)$$

$$= \sqrt{0,021} = 0,144 \quad (D.50)$$

$$D_2 = \sqrt{(0,120 - 0,120)^2 + (0,127 - 0,095)^2 + (0,127 - 0,127)^2 + (0,137 - 0,137)^2 + (0,070 - 0,140)^2 + (0,081 - 0,163)^2 + (0,093 - 0,093)^2 + (0,070 - 0,140)^2 + (0,145 - 0,145)^2 + (0,117 - 0,088)^2 + (0,132 - 0,132)^2 + (0,132 - 0,132)^2 + (0,057 - 0,173)^2 + (0,069 - 0,138)^2 + (0,058 - 0,176)^2 + (0,113 - 0,113)^2} \quad (D.51)$$



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$= \sqrt{0,050} = 0,223 \quad (D.52)$$

$$D_3 = \sqrt{(0,120 - 0,120)^2 + (0,127 - 0,127)^2 + (0,127 - 0,127)^2 + (0,137 - 0,137)^2 + (0,070 - 0,140)^2 + (0,081 - 0,163)^2 + (0,093 - 0,187)^2 + (0,070 - 0,070)^2 + (0,145 - 0,145)^2 + (0,117 - 0,088)^2 + (0,132 - 0,099)^2 + (0,132 - 0,099)^2 + (0,057 - 0,057)^2 + (0,069 - 0,138)^2 + (0,058 - 0,117)^2 + (0,113 - 0,113)^2} \quad (D.53)$$

$$= \sqrt{0,031} = 0,176 \quad (D.54)$$

$$D_4 = \sqrt{(0,120 - 0,120)^2 + (0,127 - 0,127)^2 + (0,127 - 0,109)^2 + (0,137 - 0,120)^2 + (0,070 - 0,070)^2 + (0,081 - 0,081)^2 + (0,093 - 0,187)^2 + (0,070 - 0,070)^2 + (0,145 - 0,145)^2 + (0,117 - 0,117)^2 + (0,132 - 0,132)^2 + (0,132 - 0,132)^2 + (0,057 - 0,057)^2 + (0,069 - 0,138)^2 + (0,058 - 0,058)^2 + (0,113 - 0,113)^2} \quad (D.55)$$

$$= \sqrt{0,006} = 0,077 \quad (D.56)$$

11. Jarak setiap alternatif dengan matrik solusi ideal negatif.

$$D_1 = \sqrt{(0,120 - 0,120)^2 + (0,095 - 0,127)^2 + (0,109 - 0,127)^2 + (0,120 - 0,137)^2 + (0,140 - 0,070)^2 + (0,163 - 0,081)^2 + (0,187 - 0,093)^2 + (0,140 - 0,140)^2 + (0,145 - 0,145)^2 + (0,088 - 0,117)^2 + (0,099 - 0,132)^2 + (0,099 - 0,132)^2 + (0,173 - 0,057)^2 + (0,138 - 0,069)^2 + (0,176 - 0,117)^2 + (0,226 - 0,226)^2} \quad (D.57)$$

$$= \sqrt{0,046} = 0,214 \quad (D.58)$$



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$D_2 = \sqrt{(0,120 - 0,120)^2 + (0,095 - 0,095)^2 + (0,109 - 0,127)^2 + (0,120 - 0,137)^2 + (0,140 - 0,140)^2 + (0,163 - 0,163)^2 + (0,187 - 0,093)^2 + (0,140 - 0,140)^2 + (0,145 - 0,145)^2 + (0,088 - 0,088)^2 + (0,099 - 0,132)^2 + (0,099 - 0,132)^2 + (0,173 - 0,173)^2 + (0,138 - 0,138)^2 + (0,176 - 0,176)^2 + (0,226 - 0,113)^2}$$

(D.59)

$$= \sqrt{0,024} = 0,154 \quad (D.60)$$

$$D_3 = \sqrt{(0,120 - 0,120)^2 + (0,095 - 0,127)^2 + (0,109 - 0,127)^2 + (0,120 - 0,137)^2 + (0,140 - 0,140)^2 + (0,163 - 0,163)^2 + (0,187 - 0,187)^2 + (0,140 - 0,070)^2 + (0,145 - 0,145)^2 + (0,088 - 0,088)^2 + (0,099 - 0,099)^2 + (0,099 - 0,099)^2 + (0,173 - 0,057)^2 + (0,138 - 0,138)^2 + (0,176 - 0,117)^2 + (0,226 - 0,113)^2}$$

(D.61)

$$= \sqrt{0,036} = 0,189 \quad (D.62)$$

$$D_4 = \sqrt{(0,120 - 0,120)^2 + (0,095 - 0,127)^2 + (0,109 - 0,109)^2 + (0,120 - 0,120)^2 + (0,140 - 0,070)^2 + (0,163 - 0,081)^2 + (0,187 - 0,187)^2 + (0,140 - 0,070)^2 + (0,145 - 0,145)^2 + (0,088 - 0,117)^2 + (0,099 - 0,132)^2 + (0,099 - 0,132)^2 + (0,173 - 0,057)^2 + (0,138 - 0,138)^2 + (0,176 - 0,058)^2 + (0,226 - 0,113)^2}$$

(D.63)

$$= \sqrt{0,060} = 0,244 \quad (D.64)$$

12. Nilai preferensi jarak pada setiap alternatif.

$$V_1 = \frac{0,214}{0,214 + 0,144} = \frac{0,214}{0,358} = 0,597 \quad (D.65)$$

$$V_2 = \frac{0,154}{0,154 + 0,223} = \frac{0,154}{0,377} = 0,408 \quad (D.66)$$

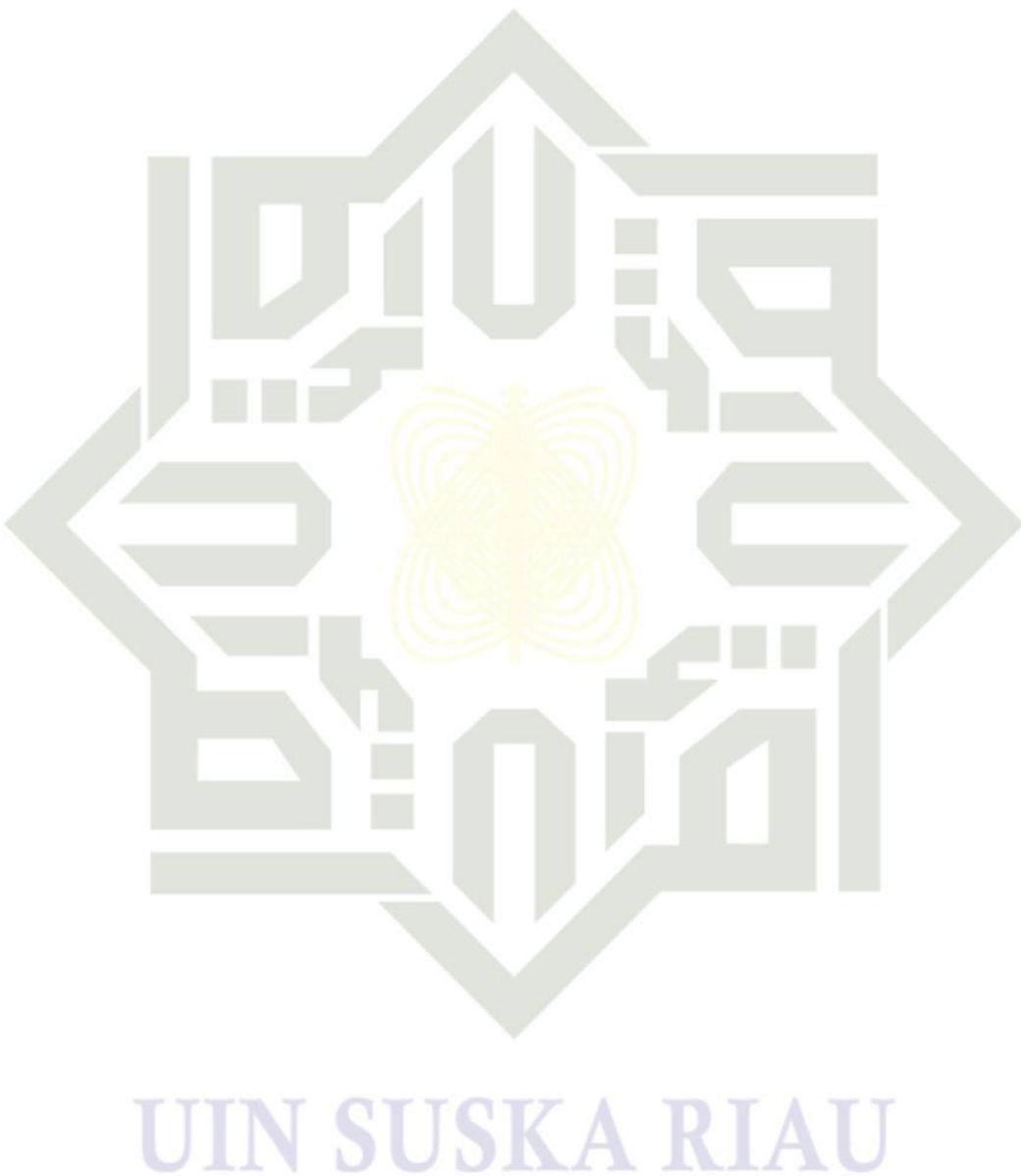


**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$V_3 = \frac{0,189}{0,189 + 0,176} = \frac{0,189}{0,365} = 0,517 \quad (\text{D.67})$$

$$V_4 = \frac{0,244}{0,244 + 0,077} = \frac{0,244}{0,321} = 0,760 \quad (\text{D.68})$$





## LAMPIRAN E

### HASIL OBSERVASI

© Hak cipta milik UIN Suska Riau



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





© Hak cipta milik UIN Suska Riau



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



SYARIFAH RENI SYAFITRI lahir di Rimba Melintang, pada tanggal 08 Oktober 1998, sebagai anak dari pasangan Bapak Tengku Said Azwar dan Ibunda Asnani yang merupakan anak kedua dari lima bersaudara yang beralamat di Rimba Melintang, Kecamatan Rimba Melintang, Kabupaten Rokan Hilir. Untuk berkomunikasi dengan penulis dapat menghubungi alamat Email : syarifahrenisyafitri8@gmail.com.

Pengalaman pendidikan yang dilalui dimulai pada Taman Kanak-kanak (TK) Al-Muhajirin Duri, kemudian dilanjutkan Sekolah Dasar (SD) Negeri 032 Balai Makam pada tahun 2004-2010, dan dilanjutkan pada Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 9 Mandau pada tahun 2010-2013, kemudian menamatkan Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 3 Mandau pada tahun 2013-2016. Penulis melanjutkan pendidikan ke Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, sebagai mahasiswa pada Jurusan Sistem Informasi Fakultas Sains dan Teknologi hingga menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini ditahun 2021.

Selama menjadi mahasiswa, penulis pernah melaksanakan Kerja Praktek di Pondok Pesantren Al-Uswah Pekanbaru. Pernah mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) didesa Sungai Apit, Kecamatan Sungai Apit, Kabupaten Siak. Penulis juga pernah berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan akademik dan non-akademik seperti seminar, *workshop*, dan pengabdian masyarakat.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.